

DIE DARLEHENSGEWÄHRUNG
DER BRAUEREIEN AN IHRE KUNDEN

von

Dipl.-Kfm. Klaus Schuberth

1967



Digitized by the Internet Archive
in 2026

https://archive.org/details/IA41533917_0040

DIE DARLEHENSGEWÄHRUNG
DER BRAUEREIEN AN IHRE KUNDEN

Inaugural-Dissertation
zur Erlangung des akademischen Grades
eines Doktors der Wirtschafts- u. Sozialwissenschaft
(Dr. rer. pol.)

an der Wirtschafts- u. Sozialwissenschaftlichen Fakultät
der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen - Nürnberg

Vorgelegt von: Dipl.Kfm. Klaus Schuberth
aus München



Referent: Prof. Dr. Hanns Linhardt
Korreferent: Prof. Dr. Gerhard Mann
Tag der mündlichen Prüfung: 24. Mai 1967

Gliederung

	Seite
A) Grundlegendes	1
I. Absatzsicherung ein spezifisches Problem der Brauwirtschaft	1
II. Die Kapitalintensität der Gaststätten	5
III. Die Homogenität des Bieres	7
IV. Darlehen und Bierlieferungsvertrag (partielle Bierbezugsverpflichtung)	9
V. Der Einfluß des Darlehens- und Bierlieferungsvertrages auf die Struktur der deutschen Brauwirtschaft	12
VI. Die geschichtliche Entwicklung der Darlehensgewährung der Brauereien	18
B) Kundendarlehen und Wettbewerb	29
I. Die Wettbewerbslage auf dem deutschen Biermarkt	29
II. Der Einfluß des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen auf den Darlehens- und Bierlieferungsvertrag	33
III. Der Einfluß der kartellrechtlichen Bestimmungen des EWG-Vertrages auf die Darlehensgewährung der deutschen Brauereien	36
IV. Wettbewerbsregeln und ähnliche Vereinbarungen	37
1. Allgemeines	37
2. Die den Wettbewerb regelnden Vereinbarungen in Nordrhein-Westfalen	40
3. Die Wettbewerbsregeln des Brauereiverbandes von Niedersachsen	46
4. Sonstige Versuche zur Regelung des Kapital- und Nebenleistungswettbewerbs	48

	Seite
V. Der Kapitalwettbewerb der Brauereien im Ausland	54
C) Die Darlehensnehmer der Brauereien	58
I. Das Gaststättengewerbe	58
II. Die Bierverleger	63
III. Der Lebensmitteleinzelhandel	69
IV. Sonstige Darlehensnehmer (Vereine, Kantinen, Heime, Kioske, Stubenläden, etc.)	71
D) Arten der Darlehen und ihre Abwicklung	74
I. Die Darlehensarten	74
1. Das Mobiliardarlehen	75
a) Allgemeines	75
b) Die Sicherungsarten am beweglichen Vermögen des Darlehensnehmers	76
c) Leihinventar als Ersatz des Mobiliardarlehens	78
d) Inventarmiete als Ersatz des Mobiliardarlehens	80
2. Das Immobiliardarlehen	81
a) Die Hypothek	81
b) Die Grundschuld	82
3. Wechsel- und Bürgschaftsdarlehen	84
II. Indirekte Sicherungen für das Darlehen	85
1. Die Vertragsstrafe	85
2. Die dingliche Sicherung der Bierbezugsverpflichtung	87
III. Darlehensähnliche Leistungen der Brauereien	89
1. Das sog. "Abschreibungsdarlehen"	89

	Seite
2. Der verlorene Zuschuß	92
3. Die Brauereibürgschaft	93
IV. Die Abwicklung der Darlehensgewährung	94
1. Die Vorverhandlungen zum Abschluß eines Darlehens- und Bierlieferungsvertrages	94
2. Die innerbetriebliche Bearbeitung des Darlehensfalles	96
3. Die Person des Darlehensnehmers und der Umsatz der Absatzstätte	100
4. Die Tilgung	104
5. Der Darlehensvertrag	110
6. Grundsätze der Kreditüberwachung	114
7. Die Bilanzierung	119
a) Der Ausweis in der Handelsbilanz	119
b) Der Ausweis in der Steuerbilanz	126
8. Die Refinanzierung der Brauereien	132
a) Finanzierung mit langfristig zur Verfügung stehendem Kapital	132
b) Verflüssigung der Darlehensforderungen durch Wechsel	134
9. Die Rentabilität der Darlehensgewährung	135
E) Statistik der Kundendarlehen	144
I. Praktische Untersuchungen bei zwei Brauereien	144
II. Aus veröffentlichten Bilanzen abgeleitetes Zahlenmaterial	158
F) Ausblick	172
Literaturverzeichnis	V
Anhang	XV

A) Grundlegendes

I. Absatzsicherung ein spezifisches Problem der Brauwirtschaft

Die Absatzpolitik der deutschen Brauereien wird, wie die jedes Wirtschaftsunternehmens, beherrscht von dem Gedanken der Sicherung des vorhandenen Absatzvolumens. Dieses Problem tritt bei Brauereien verstärkt auf, weil es sich um anlageintensive Einproduktbetriebe handelt, deren Erzeugnis - das Bier - mit hohen fixen Kosten belastet ist. Je höher aber die fixen Kosten sind, desto stärker wirken sich Schwankungen in der Auslastung der Betriebskapazität auf die Rentabilität der Unternehmung aus. "Möglichst konstanter Absatz bei möglichst optimaler Betriebsausnutzung ist daher eine wesentliche Rentabilitätsgrundlage für das Braugewerbe."¹⁾ Neben diesem Halten bzw. Erreichen einer optimalen Auslastung der Kapazität soll aber auch ein stetiges Umsatzwachstum erreicht werden. In dem immer schärfer werdenden Wettbewerb und der seit Jahren langsam aber stetig fortschreitenden horizontalen Konzentration im deutschen Braugewerbe ist diese Sicherung des Wachstums der Unternehmung - die dynamische Seite der Absatzsicherung - eine Voraussetzung für deren selbständiges Weiterbestehen.

Die Wege zur Sicherung und Steigerung des Absatzes reichen bei den Brauereien von der allgemeinen Gemeinschaftswerbung für Bier und der individuellen Werbung der einzelnen Brauereien, über die Produktgestaltung und die Preispolitik bis zu den verschiedenen Absatzmethoden.²⁾ Es können z.B. Gastwirtschaften errichtet, erworben oder angepachtet werden, um auf diese Weise Absatzstätten beliefern zu können. Häufig sind Brauereien Eigentümer von zahlreichen Gaststätten. In Bayern besitzen einige größere Brauereien über hundert eigene Wirtschaften und in Großbritannien gibt es sogar Brauereien, die einige tausend eigene Absatzstätten haben. Ein anderer Weg zur Sicherung des Absatzes ist die Gewinnung von Biergroßhändlern. Diese sogenannten Verleger ermöglichen es den Brauereien, ihr Bier auch in brauereifernen Gebieten zu verkaufen, sie spielen aber in manchen Gegenden Deutschlands auch im Ortshandel eine bedeutende Rolle.

1) Ecker, Josef, Geschmälerte Ertragsverhältnisse, in: Der Volkswirt 1952, Beilage zu Nr. 26, S. 9.

2) Vgl. Gutenberg, Erich, Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, Bd. 2, Der Absatz, 6. Aufl., Berlin-Göttingen-Heidelberg 1963 (1. Aufl. 1954), S. 123 ff.

Weiterhin wird versucht, den Umsatz durch Verkauf an den Endverbraucher mittels Verkaufsfahrer oder Heimdienst zu steigern – eine Organisationsform des Verkaufs, die früher unter den Brauereien verpönt war, die aber besonders im süddeutschen Raum immer mehr an Bedeutung gewinnt. Brauereien, die den Handel für ihre Produkte nicht gewinnen können bzw. die nicht gewillt sind, die von den Verlegern geforderten Rabatte einzuräumen, nehmen also zur Sicherung ihres Absatzes die Aufgaben des Handels selbst wahr. Bei all diesen Absatzmethoden wird dann auch noch versucht, das Instrument der Preispolitik wirksam einzusetzen.

Eines dieser eben schlagwortartig angedeuteten Instrumente zur Absatzsicherung, die nur durch ihre richtige Kombination der Unternehmung optimal dienen können, ist die traditionsreiche und umstrittene, aber immer noch bedeutungsvolle Darlehensgewährung an die Kunden. Diese hauptsächlich dem Gaststättengewerbe zugute kommende finanzielle Unterstützung wird zu Bedingungen gewährt, die im Vergleich zu den Konditionen der Banken als günstig zu bezeichnen sind. Sie sind aber mit einer Verpflichtung des Kunden zum ausschließlichen Bezug der Biere und neuerdings auch meist der von der Brauerei hergestellten und gehandelten alkoholfreien Getränke verbunden. Ein Netz dieser mit einer Bierbezugsverpflichtung, dem sogenannten Bierlieferungsvertrag verbundenen Darlehensverträge sichert einer Brauerei einen festen Kundenstamm und bildet damit einen festen Grundstock für den Bierabsatz.

Es sind neben anderen auch produktionstechnische Gründe, die die Absatzsicherung zu einem spezifischen Problem der Brauereien machen. Die wesentlichen Rohstoffe für die Bierherstellung, Gerste und Hopfen, werden im Spätsommer geerntet und müssen zu diesem Zeitpunkt für das ganze folgende Geschäftsjahr eingekauft werden. Das ist notwendig, weil der zur Verfügung stehende deutsche Qualitätshopfen, ein für den Geschmack und damit für den Ruf der deutschen Biere ausschlaggebender Faktor, manchmal schon kurz nach der Ernte völlig ausverkauft ist, so daß ein Nachkauf bei Bedarf im Laufe des Geschäftsjahres nicht immer möglich ist. Dazu kommt noch, daß die Brauereien, um eine Stabilisierung des früher sehr starken Schwankungen unterworfenen Hopfenpreises zu erreichen, unterstützt von den nach Absatzsicherung strebenden Hopfenbauern und -händlern, in den letzten Jahren dazu übergingen, ihren Bedarf an

Hopfen durch Vorkaufsvereinbarungen für mehrere Jahre zu sichern. Diese Vorkaufsvereinbarungen binden den größten Teil der Hopfenernte und machen dadurch Nachdispositionen oft unmöglich.

Der eingekaufte Hopfen muß aber auch in einem Jahr verbraucht werden, denn Hopfen ist ein sehr empfindlicher Rohstoff. Er verliert im Laufe eines Jahres ca. 30 % seines Wertes, da sich die im frischen Hopfen in Form von löslichen Weichharzen enthaltenen Aromastoffe nach einiger Zeit in unlösliche Hartharze verwandeln. Der Hopfeneinkauf bedarf also einer ziemlich genauen Absatzprognose. Der Verwendung nahezu unbegrenzt lagerfähiger Hopfenkonzentrate an Stelle von Naturhopfen stehen in den Bundesländern Bayern und Württemberg-Baden noch gesetzliche Bestimmungen entgegen. Aber auch nord- und westdeutsche Brauereien, denen die Verwendung von Hopfenkonzentrat gestattet ist, ersetzen höchstens einen geringen Teil des pro Sud verwendeten Naturhopfens (etwa 10 - 20 %) durch Hopfenkonzentrat, da es geschmackliche Änderungen im Bier verursacht, die als ungünstig empfunden werden. Sehr viele Brauer lehnen die Verwendung des Hopfenkonzentrats aus den eben angeführten Gründen ganz ab.

Auch die Vorräte an Braugerste bzw. Braumalz sind begrenzt und erfordern von der Brauereileitung im allgemeinen am Beginn des Geschäftsjahres eine mengenmäßige Festlegung. Der Import von Braugerste kann nur in Ausnahmefällen als Ersatz dienen, da die ausländischen Gersten, besonders die stark angebotenen französischen und belgischen Gersten, vorläufig den Qualitätsansprüchen der deutschen Brauereien im allgemeinen noch nicht genügen.

Einer genauen Planung bedarf aber auch die Bierherstellung selbst, denn der Brauprozess als ein überwiegend biologischer Ablauf nimmt beim gewöhnlichen Bier eine Zeit von zwei bis drei Monaten in Anspruch. Bei den höherprozentigen Spezialbieren ist dieser Zeitraum noch einige Wochen länger. Das Bier hat bis zu seinem Ausstoß einen genau festgelegten und von der Natur vorgeschriebenen Reifeprozess zu durchlaufen, der durch den Einsatz von modernen Maschinen oder anderen Braumethoden nicht beeinflusst werden kann.

Das nach seiner vielwöchigen Lagerzeit zu Ende vergorene und damit ausstoßreife Bier kann wiederum, wenn es nicht nach wenigen Wochen getrunken wird, schnell etwas von seiner geschmacklichen Feinheit einbüßen bzw. im weiteren Verlauf ungenießbar werden. Eine Ausnahme bilden lediglich die Starkbiere, die unter bestimmten Voraussetzungen bis zu einem Jahr ohne Qualitätseinbuße gelagert werden können. Ihr Anteil am Gesamtausstoß der deutschen Brauereien ist aber unbedeutend. Er lag im Jahre 1965 bei 1,24 %! ¹⁾ Allen Methoden zur Haltbarmachung des Bieres, die auf chemischen oder anderweitigen Zusätzen beruhen und in vielen anderen Ländern erlaubt sind, schiebt das deutsche Reinheitsgebot einen Riegel vor. Damit soll das Reinheitsgebot, dem die deutsche Brauindustrie einen großen Teil ihres weltweiten Rufes zu verdanken hat, in keiner Weise angegriffen, sondern es soll nur zum Ausdruck gebracht werden, welche Rolle es in diesem Zusammenhang spielt. Dieser Unelastizität der Bierherstellung trägt das sogenannte "Bayerische Sudjahr" Rechnung. Es handelt sich hier um eine alte Bestimmung in Bayern (Gesetz vom 23. Mai 1846) ²⁾, die es dem Gastwirt untersagt, den Bierbezug von der Brauerei zu einem anderen Termin als dem 1. Oktober zu kündigen. (Auch heute noch beginnt bei den meisten Brauereien das neue Geschäftsjahr am 1. Oktober). Diese Vorschrift hat für Bayern immer noch Gültigkeit. Artikel 13 und 14 des Bayerischen Ausführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuch vom 9. 6. 1899 legen fest, daß die landesgesetzlichen Vorschriften, die die Bierlieferung betreffen, von den Bestimmungen des Bürgerlichen Gesetzbuches unberührt bleiben sollen. Wenn die praktische Bedeutung der Bestimmung des "Bayerischen Sudjahres" heute auch nicht mehr groß ist, da die Beziehungen zwischen Brauerei und Wirtskundschaft im allgemeinen durch schriftliche Verträge geregelt sind, so weist ihr Erlaß und ihr Weiterbestehen doch auf die Bedeutung der oben angeführten produktionstechnischen Schwierigkeiten hin.

1) Vgl. Deutscher Brauer-Bund e.V., Bad Godesberg,
7. Statistischer Bericht 1966, S. 62.

2) Vgl. Schessl, Rudolf, Der Bierlieferungsvertrag und die
im Zusammenhang damit auftretenden Probleme,
Diss. München 1953, S. 13.

Die Brauereien sind also durch die zur Bierherstellung verwendeten Rohstoffe, durch die Dauer des Produktionsablaufes und die geringe Lagerfähigkeit des fertigen Bieres nicht fähig, größere Schwankungen in ihrem Absatz auszugleichen. Das Bier unterscheidet sich dadurch grundsätzlich von allen anderen Lebensmitteln und Getränken. Die Fruchtsäfte z.B. können zwar nur einmal im Jahr, zur Erntezeit des jeweiligen Obstes hergestellt werden, sind dann aber in Tanks wie auch in Flaschen verhältnismäßig lange lagerfähig. Die rasche Verderblichkeit des fertigen Produkts, wie dies beim Bier der Fall ist, entfällt hier also. Bei Limonaden ist es ähnlich. Der zur Herstellung der Limonade verwendete Grundstoff ist, meist in Dosen verpackt, lange lagerbar. Die Herstellung der fertigen Limonade kann kurz vor dem Verkauf erfolgen. Schwierig sind die Verhältnisse bei der Trinkmilch. Aber durch den staatlichen Dirigismus, der das Problem des kurzfristig nicht zu beeinflussenden Milchanfalls und das der schnellen Verderblichkeit durch eine Absatzgarantie mit festem Milchpreis regelt, werden die Produzenten von diesen Problemen kaum berührt. Außerdem besteht die Möglichkeit, die Milch in länger haltbare Produkte, in erster Linie Butter, zu verarbeiten. Die Verhältnisse liegen dadurch grundsätzlich anders als bei den Brauereien, die ihre produktionstechnischen Besonderheiten durch Absatzsicherungsmaßnahmen auszugleichen versuchen.

II. Die Kapitalintensität der Gaststätten

Die eben geschilderten, im Bierherstellungsprozeß begründeten Besonderheiten des Braugewerbes sind aber nur ein Faktor beim Zustandekommen der Darlehens- und Bierlieferungsverträge. Der zweite Grund für diese außergewöhnliche Beziehung zwischen Lieferant und Kunde ist bei letzterem zu suchen. Den Brauereien wäre es trotz ihrer produktionstechnischen Schwierigkeiten, die zu einer Absatzsicherung drängen, nicht möglich, Darlehens- und Bierlieferungsverträge abzuschließen, wenn die Kunden die mit diesen Verträgen verbundenen Leistungen nicht dringend benötigen würden. Dies trifft in erster Linie auf die Gastwirte, die bedeutendsten Darlehensnehmer der Brauereien, zu.

Will jemand eine Gaststätte übernehmen, neu aufbauen oder ein bereits in seinem Eigentum befindliches Lokal renovieren, so ist die Übernahme bzw. der Umbau und die Ausstattung der Gaststätte mit Inventar mit hohen finanziellen Aufwendungen verbunden. Das Großinventar (Tische, Stühle, Tresen, Gläserschrank) kostet heute in einer Gaststätte mittlerer Größe und von durchschnittlichem Niveau ca. 15.000,-- bis 25.000,-- DM. Es sind dann aber noch andere Gegenstände zu finanzieren, man denke nur an die Kühleinrichtung für den Keller, die Kücheneinrichtung, an das Geschirr, die Vorhänge usw. Von den Kosten des Umbaus oder der Renovierung gar nicht zu reden.

Der Gastwirt kann diese Mittel oft selbst nicht aufbringen, auch ist er in den seltensten Fällen in der Lage, die für einen Bankkredit notwendigen Sicherheiten zu stellen. Das Darlehen der Brauerei ist für alle mittellosen Gastwirte die einzige Möglichkeit, die für die Einrichtung einer Pachtgaststätte bzw. für die Instandsetzung einer eigenen Gaststätte erforderlichen Mittel aufzubringen. So wurde z.B. der Wiederaufbau der durch Kriegseinwirkungen zerstörten Gaststätten nach 1945 in erster Linie durch die Darlehensgewährung der Brauereien ermöglicht.¹⁾

Dieser Mangel an eigenen Mitteln rührt u. a. her von dem sich in den letzten Jahren verstärkenden Übergang vom Gastwirt, der Eigentümer des von ihm bewirtschafteten Lokals ist, zu dem Wirt, der die Gaststätte lediglich als Pächter bewirtschaftet. Diese Entwicklung, die besonders in den Städten weit fortgeschritten ist, verstärkt die Notwendigkeit einer finanziellen Hilfe durch die Brauerei. Die Gaststättenpächter, die sich aus den verschiedensten Berufen rekrutieren, verfügen nur in Ausnahmefällen über das erforderliche Kapital, das sie für die Einrichtung einer Gaststätte benötigen. Sind die Bewirtschafter gleichzeitig Eigentümer der Gaststätte, wie dies besonders auf dem Lande noch häufig anzutreffen ist, dann fällt es ihnen in der Regel leichter, die für eine Renovierung oder Neuinventarisierung ihrer Gasträume notwendigen Mittel

1) Vgl. Deutscher Brauer-Bund e.V. Bad Godesberg,
Die Brauereien als mittelständische Gewerbebetriebe brauchen
den Bierlieferungsvertrag zur Sicherung ihres Absatzes,
Denkschrift 1964.

aufzubringen. Durch die in dem Grundstück vorhandene Sicherheit ist es ihnen möglich, einen Bankkredit zu erlangen. Ist dieser Spielraum aber ausgeschöpft oder ziehen sie auf Grund der günstigeren Konditionen das Brauereidarlehen dem Bankkredit vor, dann werden auch sie zu Darlehensnehmern der Brauerei.

Ein weiterer Grund für die Notwendigkeit finanzieller Unterstützung der Gastwirte durch die Brauereien ist in der starken Konkurrenz, die in diesem Gewerbebezweig herrscht, zu suchen. Durch das Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 15. 12. 1953,¹⁾ das den Nachweis des Bedürfnisses bei der Errichtung einer Gaststätte für verfassungswidrig erklärte, nahm die Zahl der Gaststätten noch erheblich zu, d.h. die Konkurrenz wuchs. Um mit den vielen neuen und meist recht komfortabel ausgestatteten Gaststätten mithalten zu können, waren die anderen Wirte gezwungen, erhebliche Mittel in die Modernisierung ihrer Lokale zu investieren. Der Umsatz der Gaststätten erhöhte sich aber nicht in dem Maße, wie es den Investitionen entsprochen hätte. Der Wirt wäre also allein nie imstande gewesen, die dabei entstehenden Kosten zu tragen. Die Brauerei sprang als Helfer ein.²⁾ Daß dadurch viele nicht leistungsfähige Kleinbetriebe geschaffen bzw. am Leben erhalten wurden, steht auf einem anderen Blatt.

III. Die Homogenität des Bieres

Ein weiterer Grund für das Zustandekommen dieser Bindungen zwischen Gastwirten und Brauereien liegt in der Tatsache, daß sich ein ausschließlich auf die Qualität des Bieres abgestellter Wettbewerb auf dem deutschen Biermarkt, sieht man von Spezialbieren ab, nicht wesentlich bemerkbar machen würde.³⁾ Die Unterschiede in der Qualität der Biere sind im allgemeinen zu gering, um daraus entscheidende Wettbewerbsvorteile einzelner Brauereien ableiten zu können. Allerdings muß in jedem Gebiet die regionale Hauptgeschmacksrichtung berücksichtigt werden. In Bayern werden z.B. kaum Biere Pilsener

1) BVerwG v. 15. 12. 1953, I c 90/53, Neue Juristische Wochenschrift 1954, S. 524.

2) Vgl. Düstersiek, Günter, Der Bierlieferungsvertrag nach dem Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen, Diss. Köln 1961, S. 18.

3) Vgl. Koch, Gerhard, Die Absatzpolitik deutscher Brauereien unter besonderer Berücksichtigung der Absatzfinanzierung und Preispolitik, Diss., Freiburg (Schweiz) 1965, S. 133.

Brauereibier getrunken, sondern in erster Linie helles (bis vor kurzem noch dunkles) Lagerbier. In Nordrhein-Westfalen dagegen werden die kräftigen Export- und die obergärigen Alt- und Kölschbiere bevorzugt. In Norddeutschland möchte der Biertrinker ein Pilsener haben.

Innerhalb einer Region sind die angebotenen Konsumbiere aber quasi homogen. Die geringfügigen geschmacklichen Verschiedenheiten, die heutzutage zwischen den Bieren gleichen Typs anzutreffen sind, werden vom Durchschnittsverbraucher im allgemeinen nicht wahrgenommen. Für einen Gastwirt ist es deshalb möglich, ein Bier gleicher Qualität von einer anderen Brauerei zu beziehen. Das Risiko, durch einen Wechsel der Lieferbrauerei seine Stammkunden zu verlieren, ist gering.¹⁾

Die Persönlichkeit des Wirtes, die Ausstattung des Lokals oder das angebotene Essen sind viel entscheidendere Gesichtspunkte bei der Wahl eines Lokals als das dort ausgeschenkte Bier.

Wir haben also drei Hauptursachen für diese mit einer ausschließlichen Bezugsverpflichtung verbundene Darlehensgewährung zwischen Produzent und Verteiler, zwischen Brauerei und Wirt, festgestellt. Der erste liegt in dem produktionstechnisch bedingten Streben der Brauerei nach gesichertem Absatz und in dem unternehmerischen Drang nach einem kontinuierlichen Wachstum dieses Absatzes. Die zweite liegt in dem hohen Kapitalbedarf der im Verhältnis zu ihrem Umsatz zu zahlreichen Gaststätten und die dritte in der Homogenität der Ware Bier. Die produktionstechnischen Besonderheiten sind nach Meinung des Verfassers zwar bedeutsam, sie würden aber ohne den Kapitalbedarf des Gaststättengewerbes nicht zu dieser Bindung zwischen Brauerei und Wirt führen, wie aus dem weitgehend von Bierlieferungsverträgen freien Flaschenbiermarkt²⁾ zu erkennen ist. (Daß es dann allerdings zu einer starken Konzentration im deutschen Braugewerbe kommen würde, steht hier nicht zur Debatte). Haben die Kunden aber eine im Verhältnis zum Lieferanten geringe, absolut aber recht bedeutsame Kapitalsausstattung, kann der Lieferant an sie verhältnismäßig große Mengen absetzen und haben andere Lieferanten keine nennenswerten Qualitätsvorteile (Homogenität der Güter), so bietet sich die finanzielle Unterstützung des Kunden

1) Vgl. Koch, Gerhard, a.a.O., S. 134.

2) Vgl. S.16.

durch den Lieferanten unter Abschluß einer ausschließlichen Bezugsverpflichtung geradezu an. Kaffeeröstereien und Cafés, Mineralölgesellschaften und Autowerkstätten sind Beispiele für derartige Verträge auch außerhalb des Bereichs Brauerei - Wirt.

IV. Darlehen und Bierlieferungsvertrag (partielle Bierbezugsverpflichtung)

Ein Bierlieferungsvertrag ist - rechtlich gesehen - ein Sukzessivlieferungsvertrag, bei dem der Abnehmer das Recht hat, einmal den Zeitpunkt des Bezugs des Bieres und zum zweiten die Höhe der Raten für die Bierabnahme zu bestimmen.¹⁾ Es handelt sich dabei um einen Sonderfall des Sukzessivlieferungsvertrages, einen Bezugsvertrag, der dadurch gekennzeichnet ist, daß der Käufer seinen ganzen Bedarf von dem Vertragspartner kauft.²⁾ Dieser Bierlieferungsvertrag ist immer mit Gegenleistungen der Brauerei verknüpft, wie z.B. der Zurverfügungstellung von Darlehen, denn ein Gastwirt ist nur dann bereit, sich fest an eine Brauerei zu binden, wenn damit auch für ihn ein Vorteil verbunden ist. Ist die Darlehensgewährung auch die häufigste Gegenleistung der Brauerei beim Abschluß eines Bierlieferungsvertrages, so sind doch in der Praxis noch andere Leistungen der Brauerei als Äquivalent für die Bierbezugsverpflichtung des Kunden in Gebrauch:

1. Die leih- oder mietweise Zurverfügungstellung von Gaststätteninventar aller Art, sowie von Kühlschränken, Kühlanlagen usw.;
2. die Übernahme einer selbstschuldnerischen Bürgschaft bei einer Bank für den Kunden, um ihm die Kreditaufnahme bei diesem Institut zu ermöglichen;
3. die Gewährung von sog. "verlorenen Zuschüssen" oder Darlehen ohne Rückzahlungsverpflichtung ("Abschreibungsdarlehen");

1) Vgl. Gruber, Erich, Sicherung und Verbesserung der Absatzlage der Brauindustrie, Diss. Würzburg 1958, S. 9.

2) Vgl. Staudinger, Julius von, Bürgerliches Gesetzbuch, Recht der Schuldverhältnisse 2. Teil, 11. Aufl., Berlin 1955
Anm. 73 und 74 zu § 433.

4. die Verpachtung oder Unterverpachtung einer Absatzstätte oder die Übernahme der Pachtgarantie für den Pächter gegenüber dem Eigentümer der Gaststätte;
5. die Gewährung von Rabatten oder Rückvergütungen auf den Bierpreis;
6. die Abgabe einer brauereieigenen Gaststätte an den Kunden mit einer langjährigen Bierbezugsverpflichtung als Bestandteil des Kaufvertrages.

Der sog. "reine Bierlieferungsvertrag", d.h. ein Vertrag, in dem nur die Lieferpflicht der Brauerei und die Bezugspflicht des Kunden vereinbart wird, der also mit keiner weiteren Leistung der Brauerei verbunden ist, kommt in der Praxis nur in ganz besonderen Ausnahmefällen vor. Normalerweise ist der Bierlieferungsvertrag immer mit einem Vertrag verbunden, in dem der sich verpflichtende Kunde eine Gegenleistung für seine Bezugsverpflichtung, meist ein Darlehen, erhält.

Der Darlehens- und der Bierlieferungsvertrag sind eng miteinander verknüpft. Sie stellen eine sogenannte Vertragskopplung dar.¹⁾ Darunter versteht man selbständige Verträge mit eigenen Rechten und Pflichten, die aber so aneinander gekoppelt sind, daß der eine Vertrag auf den anderen gewisse Wirkungen ausübt. Es besteht also nicht nur eine enge wirtschaftliche Beziehung zwischen dem Darlehensvertrag und dem Bierlieferungsvertrag, sondern beide bilden einen einheitlichen Vertrag.¹⁾ Ein Kunde würde nie eine längere Bierbezugsverpflichtung eingehen, wenn er nicht durch den ihm zur Verfügung gestellten Kredit eine entsprechende Gegenleistung erhielte. Die Brauerei, deren Aufgabe die Bierherstellung und nicht das Bankgeschäft ist, hätte keine Veranlassung, ihre Kunden auf diese Weise finanziell zu unterstützen, hätte sie damit nicht die Möglichkeit, eine mehrjährige Bierbezugsverpflichtung abzuschließen. Darlehens- und Bierlieferungsvertrag sind also nach den Vertragswillen der Parteien als einheitlicher Vertrag aufzufassen. Dieser Auffassung hat sich auch die Rechtsprechung angeschlossen.²⁾

1) Vgl. Künstler, Leopold, Der Bierlieferungsvertrag, 3. Aufl., Nürnberg 1957, S. 16.

2) Vgl. RFH v. 10. 7. 1923, II A 123/23, Deutsche Juristenzeitung 1924, S. 66, OLG Nürnberg v. 3. 12. 1954, 3 U 179/54, Die Brauerei 1955, S. 151.

Statt einer ausschließlichen wird im Darlehens- und Bierlieferungsvertrag manchmal nur eine partielle Bierbezugsverpflichtung vereinbart. Im allgemeinen sehen Verträge mit einer partiellen Verpflichtung des Kunden Freigrenzen für den Bezug von Fremdbier vor, die zwischen 10 und 50 % liegen. Es sind in der Regel große Hotels, die auf diesen Freigrenzen bestehen, damit sie die Möglichkeit haben, Versandbiere anzubieten, die auf Grund ihrer überregionalen Werbung im ganzen Bundesgebiet bekannt sind.

Die darlehensgewährende Brauerei wird sich mit einer derartigen Fremdlieferungsklausel nur einverstanden erklären, wenn entweder ihre Leistung (das Darlehen) im Verhältnis zu der zu erwartenden Bierabnahme des Kunden gering ist, oder wenn sie aus Prestigerwägungen oder werbepolitischen Gründen heraus auf eine Belieferung dieser Absatzstätte nicht verzichten zu können glaubt.

Partielle Bierbezugsverpflichtungen können aber auch so abgewickelt werden, daß zwei Brauereien gemeinsam einem Kunden ein Darlehen oder eine ähnliche Leistung zur Verfügung stellen und sich dann die Belieferung dieses Kunden im Verhältnis ihrer Leistungen aufteilen. Wird diese, bisher leider wenig gebräuchliche Methode, in stärkerem Umfang zwischen mehreren Brauereien praktiziert, dann bedeutet das für die beteiligten Brauereien eine Verteilung des Kredit- und des Umsatzrisikos und für den Kunden eine erfreuliche Erweiterung seines Sortiments. Die beteiligten Brauereien erreichen außerdem mit der gleichen Darlehenssumme eine breitere Streuung ihrer Erzeugnisse, was eine nicht zu unterschätzende Werbewirkung hat.

Leider hat dieses System aber einen für die Brauereien gravierenden Nachteil. Statt einer größeren Absatzstätte müssen nun zwei kleinere beliefert werden, was eine wesentliche Erhöhung der Vertriebskosten mit sich bringt. Außerdem steht der Einschaltung einer zweiten Brauerei, wenn darüber nicht ein Vertrag existiert oder ein Abhängigkeitsverhältnis vorliegt, aus dem das Recht zur Mitlieferung abgeleitet wird, immer der verständliche Egoismus der einzelnen Brauereileitung entgegen. Sie will nicht eine eben neu eroberte Absatzmöglichkeit mit einer anderen Brauerei teilen. Diese Art der Bierlieferungsverträge kommt also meist nur auf Drängen der Kunden zustande.

V. Der Einfluß des Darlehens- und Bierlieferungsvertrages auf die Struktur der deutschen Brauwirtschaft.

Trotz eines im ganzen Raum der europäischen Wirtschaftsgemeinschaft stetig steigenden Bierkonsums nimmt die Zahl der tätigen Brauereien, mit Ausnahme von Italien, das in Bezug auf Bier bisher ein unterentwickeltes Land war, in allen Ländern ab. Es ist, wie fast auf der ganzen Welt, eine starke Konzentration im Braugewerbe festzustellen.

Tabelle 1

Zahl der in Betrieb gewesenen Braustätten und
der durchschnittliche Bierausstoß in 1000 hl

	1958 ¹⁾		1960 ²⁾		1964 ²⁾	
	Anzahl	Ausstoß	Anzahl	Ausstoß	Anzahl	Ausstoß
BRD (e. W.-Berlin)	2253	21,3	2218	24,2	2083	34,7
Niederlande	41	71,7	38	93,5	34	146,0
Belgien	446	22,8	414	24,4	324	35,0
Luxemburg	11	39,0	11	38,8	10	51,9
Frankreich	240	70,6	225	74,2	175	111,7
Italien	29	68,3	29	85,7	35	119,7
EWG	3020	26,6	2935	29,7	2661	42,4

In der Bundesrepublik Deutschland arbeiteten im Jahre 1964 135 Betriebe weniger als 1960, das ist ein Rückgang von 6,1 %. In der gesamten EWG dagegen war der Rückgang der tätigen Braustätten im gleichen Zeitraum 9,3 %, obwohl Italien einen Zuwachs von 20,7 % (sechs Braustätten) verzeichnen konnte. In Belgien, Frankreich und in den Niederlanden ist der Konzentrationsprozeß also wesentlich stärker als in der Bundesrepublik. Diese Entwicklung vollzog sich bei einer im ganzen EWG-Raum zu verzeichnenden Steigerung des Bierkonsums. Bei einer Stagnation des Absatzes dürfte sie sicher noch schneller vor sich gehen.

1) Vgl. Deutscher Brauer-Bund e.V., Bad Godesberg, 6. Statistischer Bericht, 1963, S. 111 ff.

2) Vgl. Deutscher Brauer-Bund e.V., Bad Godesberg, 7. Statistischer Bericht, 1966, S. 140.

Tabelle 2

Bierabsatz und Bierverbrauch je Einwohner
in den Ländern der EWG

	1950		1960		1965	
	Absatz in 1000 hl	Verbr. je Einw. in Lit.	Absatz in 1000 hl	Verbr. je Einw. in Lit.	Absatz in 1000 hl	Verbr. je Einw. in Lit.
BRD (e. W.-Berlin)	18 176	35,6	53 739	94,7	73 171	122,0
Niederlande	1 429	10,6	3 552	23,9	5 402	37,2
Belgien und Luxemburg	10 496	118,5	10 537	113,1	11 690	119,6
Frankreich	9 089	21,1	16 689	35,4	18 918	39,2
Italien	1 549	3,4	2 486	5,0	4 558	9,1
Zusammen	40 739	25,3	87 003	49,0	113 739	61,8

Wie groß sind die deutschen Brauereien?

Die Größe der Brauereien kann man an verschiedenen Merkmalen messen, z.B. an der Zahl der Beschäftigten, dem Umsatz mit und ohne Biersteuer (beim Vergleich mit anderen Branchen subtrahiert man die Biersteuer), der Wertschöpfung oder dem Bierausstoß in Hektolitern. In der Brauwirtschaft ist die Messung mit dem Bierausstoß die übliche. Im übrigen muß hier, wie auch bei der Untersuchung über die Anzahl der Brauereien, zwischen Betrieb (Braustätte) und Unternehmen unterschieden werden, denn davon hängt die Antwort nach der Größenstruktur wesentlich ab.²⁾

Wie man aus Tabelle 1 entnehmen kann, ist die durchschnittliche Betriebsgröße in den einzelnen Mitgliedsländern der EWG recht unterschiedlich, Deutschland und Belgien mit 34 700 bzw. 35 000 hl stehen den Niederlanden mit einer Durchschnittsgröße von 146 000 hl gegenüber. Aber auch zwischen den einzelnen Bundesländern gibt es erhebliche Unterschiede. Die Extreme stellen, wenn man von den besonderen Verhältnissen der Stadtstaaten absieht, Bayern und Baden-Württemberg mit einer durchschnittlichen Betriebsgröße von 14 300 hl

1) Vgl. Deutscher Brauer-Bund e.V., Bad Godesberg,
7. Statistischer Bericht, 1966, S. 142 und S. 150.

2) ebenda, S. 23.

bzw. 34 600 hl auf der einen Seite, sowie Nordrhein-Westfalen mit 134 700 hl auf der anderen Seite.¹⁾ Die Struktur des Braugewerbes ist also in den einzelnen Bundesländern sehr verschieden, was sich auch auf die Stärke des Wettbewerbs und das Preisgefüge auswirkt. Im süddeutschen Raum mit seinen zahlreichen Kleinbrauereien sind die Nebenleistungen des Braugewerbes an seine Kunden wie z.B. Leihinventar, verlorene Zuschüsse etc. viel stärker verbreitet und Darlehen werden zu großzügigeren Bedingungen gewährt, als dies in Nord- und Westdeutschland der Fall ist.

Nach Abzug der 58 Betriebe, die nur für fremde Rechnung brauten, verbleiben von den 1964 gezählten 2083 tätigen Braustätten noch 2025. Diese verteilen sich wie folgt auf die verschiedenen Betriebsgrößenklassen:¹⁾

Tabelle 3

	Zahl der Braustätten	Anteil an der Gesamtzahl	Marktanteil
bis 2000 hl Ausstoß	577	28,4 %	0,6 %
2000 bis 20 000 hl	873	43,2 %	9,9 %
20 000 bis 200 000 hl	501	24,8 %	41,3 %
200 000 bis 500 000 hl	52	2,5 %	22,3 %
über 500 000 hl	22	1,1 %	25,8 %

Die größte Braustätte der Bundesrepublik, die Dortmunder Union-Brauerei AG., verzeichnete im Jahre 1964 einen Ausstoß von ca. 2 Millionen Hektolitern. Das ist ein Marktanteil von ca. 2,8 %. Die größte amerikanische Brauerei, die "Anheuser-Busch", die 1964 einen Jahresausstoß von 12,1 Millionen Hektolitern verbuchen konnte, hat am Biermarkt der Vereinigten Staaten einen Anteil von 10,5 %. In den USA haben die

1) Vgl. Deutscher Brauer-Bund e.V., Bad Godesberg,
7. Statistischer Bericht 1966, S. 23 f.

zehn größten Brauereien, von denen sogar die kleinste einen Ausstoß von 3,8 Millionen Hektolitern im Jahre 1964 auswies, einen Marktanteil von 57,45 %.¹⁾

Eine ähnliche Entwicklung, die in den Vereinigten Staaten zu dieser starken Konzentration im Braugewerbe geführt hat, konnte in Deutschland bisher nicht eintreten. Das ist unter anderem auf die weite Verbreitung der mit einer Darlehensgewährung oder einer ähnlichen Leistung verbundenen Bierlieferungsverträge zurückzuführen, durch die es besonders den kleineren und mittleren Brauereien möglich ist, sich einen großen Teil ihres Absatzes auf Jahre hinaus zu sichern. Diese Brauereien mit einem Ausstoß von 2000 bis 200 000 Hektolitern stellen, wie man aus Tabelle 3 entnehmen kann, noch 68 % der deutschen Braustätten, in denen 51 % des in der Bundesrepublik ausgestoßenen Bieres hergestellt wird. Die Existenz dieser bedeutenden Wirtschaftsgruppe ist aber zu einem wesentlichen Teil mit der Möglichkeit zum Abschluß von Bierlieferungsverträgen verbunden.

Der Bierlieferungsvertrag ist also eine wesentliche Voraussetzung für das Weiterbestehen der weitgehend mittelständischen Struktur des deutschen Braugewerbes. Es haben dadurch auch Unternehmen die Möglichkeit ihre Erzeugnisse abzusetzen, die den Konsumenten nicht durch eine umfangreiche überregionale Werbung, ein weitgespanntes Vertriebsnetz mit über die ganze Bundesrepublik verteilten Verlegern, Abfüllstationen oder Zweigbetrieben ansprechen bzw. erreichen können, die nicht über die Vorteile einer großbetrieblichen Produktion verfügen; die aber auch nicht die Vorteile haben, die die Kleinstbetriebe z.B. als landwirtschaftliche Nebenbetriebe oder durch die Bewältigung des gesamten Braubetriebes mit Familienangehörigen, sowie durch den Brauereiausverkauf, über den ein großer Teil des erzeugten Bieres abgesetzt wird und durch die steuerlichen Vorteile genießen. Ein Verbot der mit einem Bierlieferungsvertrag verbundenen ausschließlichen Bezugsverpflichtung würde die Gefahr einer horizontalen Konzentration heraufbeschwören.

Es würde aber auch die vertikale Konzentration auf dem deutschen Biermarkt gefördert werden. Die Brauereien würden die unmöglich gewordene Ausschließlichkeitsbindung durch den Ankauf von Gaststätten auszugleichen versuchen. Daß das wirtschaftlich möglich ist,

1) Vgl. Deutscher Brauer-Bund e.V., Bad Godesberg,
7. Statistischer Bericht 1966, S. 167.

zeigt das Beispiel des englischen Biermarktes. Dort sind von 70 000 Gaststätten 60 000 im Besitz der Brauereien.¹⁾ Der mit der Darlehensgewährung oder einer sonstigen Nebenleistung der Brauerei verbundene Bierlieferungsvertrag bestimmt also neben der Struktur der deutschen Brauwirtschaft auch wesentlich die Eigentumsverhältnisse im Gaststättengewerbe.

In diesem Zusammenhang darf aber eine wesentliche Entwicklung der letzten Jahre, die stetige Umschichtung vom Faß- zum Flaschenbier, nicht übergangen werden. Der Anteil des Flaschen- und Dosenbieres am Gesamtausstoß der deutschen Brauereien stieg von 57,2 % im Jahre 1958 auf 66,8 % im Jahre 1965.²⁾ Der Anteil des Faßbieres ging also, obwohl er absolut gesehen in diesem Zeitraum von 20 auf 25 Millionen Hektoliter zugenommen hat, relativ zurück. Diese Evolution wurde hervorgerufen durch einen Wandel der Verbrauchergewohnheiten, der Verlagerung des Bierkonsums von der Gaststätte in das Heim des Verbrauchers. Die immer stärker werdende Tendenz zum Eigenheim, der höhere Wohnkomfort und nicht zuletzt das Fernsehen brachten eine Einschränkung des Gasthausbesuches.³⁾ Diese Umschichtung hatte für die Brauereien erhebliche technische, finanzielle und absatzwirtschaftliche Konsequenzen. Auf der produktionstechnischen und der finanziellen Seite äußerten sie sich in umfangreichen Investitionen für kostspielige Flaschenkellereimaschinen, was die an und für sich schon starke Anlageintensität der Brauereien noch erhöhte. Sie zog aber auch Veränderungen bei den Absatzwegen der Brauereien nach sich. Die Wirtekundschaft verlor immer mehr von ihrer dominierenden Rolle, die sie beim Bierabsatz bis vor kurzem noch gespielt hat. Der Lebensmitteleinzelhandel und der Biergroßhandel wurden durch diese Wandlung zu den wichtigsten Absatzmittlern der Brauereien. Über diese beiden Handelsstufen vollzog sich im wesentlichen die enorme Umsatzsteigerung, die das deutsche Braugewerbe in den letzten 15 Jahren verzeichnen konnte. Dieser Trend vom Faß- zum Flaschenbier vollzieht sich in kleinen Schritten bereits seit fünfzig Jahren, er hat nur in den letzten Jahren einen besonders schnellen Sprung getan. Man kann diese Entwicklung, die leider vor 1958 statistisch nicht erfaßt wurde, aber auch sehr schön anhand einer Untersuchung von Friedrich⁴⁾ erkennen.

1) Vgl. Deutscher Brauer-Bund e.V., Bad Godesberg, Denkschrift 1964, a. a. O.

2) Vgl. Deutscher Brauer-Bund e.V., Bad Godesberg, 6. Statistischer Bericht 1963, S. 40, sowie 7. Statistischer Bericht 1966, S. 60.

3) Vgl. Koch, Gerhard, a. a. O.

4) Vgl. Friedrich, Anne, Strukturwandel im Bierverbrauch und Bierabsatz unter besonderer Berücksichtigung von Bayern, Diss. Nürnberg 1959, S. 137 f.

Tabelle 4

Schankwirtschaften und Bierkleinhandelsgeschäfte,
bezogen auf die Einwohner in Nürnberg

	Einwohner pro Schankwirtschaft	Einwohner pro Bierkleinhandelsgeschäft
1913	201	3781
1925	271	1148
1931	273	393
1939	330	667
1950	516	617
1953	528	324
1957	545	287

Aus einer Untersuchung des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln kann man die Fortsetzung des in der Untersuchung von Friedrich zum Ausdruck kommenden Trends der wachsenden Bedeutung der Groß- und Kleinhandelsbetriebe für den Bierabsatz entnehmen.¹⁾ Danach nahm der Anteil der Gaststätten am gesamten Flaschenbierabsatz von 77 untersuchten Brauereien von 24,0 % im Jahre 1959 auf 17,4 % im Jahre 1965 ab. Der Anteil der Groß- und Einzelhändler am Flaschenbierabsatz der Brauereien wuchs im gleichen Zeitraum um 4,1 %.

Es liegt auf der Hand, daß die Brauereien aus dieser Entwicklung Konsequenzen für ihre Absatzsicherung ziehen müssen. Die Gewinnung von Gaststätten durch den Abschluß von Bierlieferungsverträgen kann nicht mehr der einzige Weg der Absatzsicherung sein. Die absatzpolitische Aktivität einer Brauereigeschäftsleitung darf sich nicht darin erschöpfen. Es müssen Kontakte zu großen Flaschenbierkunden gesucht werden, und die sind meistens nicht durch Bierlieferungsverträge zu zementieren. Eine wirksame Endverbraucherwerbung und wo dieser durch eine zu schmale finanzielle Basis des Unternehmens sehr enge Grenzen gezogen sind, eine flexible Verkaufsorganisation und Verkaufspolitik, müssen neben die Darlehens- und Bierlieferungsverträge treten.

1) Mitteilungen des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln, Hrsg. Seyffert, Rudolf - Sundhoff, Edmund, Jahrg. 19, Nr. 3, März 1967, S. 17 ff: Die Absatzwege der Brauereien.

VI. Die geschichtliche Entwicklung der Darlehensgewährung der Brauereien.

Bis zum Inkrafttreten der Gewerbefreiheit am 1. 1. 1873 durch die Gewerbeordnung vom 21. 3. 1869 bestimmten die in den meisten Teilen Deutschlands bestehenden Zwangs- und Bannrechte, bei welcher Brauerei die Wirte und die Konsumenten ihr Bier zu kaufen hatten. Diese örtlich erlassenen Zwangs- und Bannrechte legten um eine Stadt bzw. um ein Gebiet eine Bannmeile fest und zwangen die Einwohner dieses Gebietes, ihre Einkäufe bei dem Bannberechtigten vorzunehmen. Johann Georg Krünitz schreibt darüber in seiner "Oeconomischen Encyclopädie" von 1775 folgendes:²

"... Kaiser Heinrich der Vogler (hat) bei Erbauung und Verbesserung vieler Städte, diese Nahrungsart (das Bierbrauen Anm. des Verf.) besonders für die Städte bestimmt ... woher auch das sogenannte Meilenrecht entstanden, in dessen Besitz sich noch hin und wieder viele Städte befinden und welches einer solchen Stadt das Zwangsrecht gibt, daß in dem Bezirk einer Meile um sie herum alle Dörfer ihr Bier in der Stadt hohlen müssen, ohne daß sie befugt sind eigene Brauhaus anzulegen oder das Bier anderer Orte zu holen."

Daß es aber auch eine große Zahl "freier" Bierkunden gab, d.h. Kunden, die nicht gezwungen waren, ihr Bier bei einer bestimmten Brauerei zu kaufen, geht aus folgender anschaulichen Schilderung des gleichen Autors hervor:

"Freiwillige Bierkunden lassen sich ... nicht zwingen; und wenn diese beträchtlich sind, und jährlich eine starke Quantität Bier abholen, so muß man auf selbige vornehmlich sein Augenmerk richten. Es ist bald eine einträgliche Kundschaft verloren; es hält aber sehr schwer, bis man solche hernach wieder an sich zieht. Mit den Amtsuntertanen hingegen kann man eher fertig werden. Diese dürfen ihr Bier nirgendwo, als aus der Amtbrauerei, nehmen, und sie können mit jeder Art Bier zufrieden seyn, wenn solches nur gut und gesund, auch nicht viel theurer als das vorige ist." ²⁾

Weiterhin wurde der Wettbewerb der Brauereien durch das sog. "Reine- oder Riegebrauen" beschränkt. Diese Regelung sicherte jedem Brauer seinen Absatz, denn es durfte immer nur ein Brauberechtigter brauen. Die anderen mußten in dieser Zeit pau-sieren. Die Reinefolge des Brauens richtete sich nach dem sog. "Braulos". Darüber schreibt Johann Georg Krünitz:³⁾

1) Krünitz, Johann Georg, Oeconomische Encyclopädie oder allgemeines System der Land-, Haus- und Staats-Wirtschaft in alphabetischer Ordnung, 5. Teil, Berlin 1775, S. 213.

2) ebenda, S. 252.

3) ebenda, S. 214 f.

"An einigen Orten brauet jeder Bürger, wer nur kann und will; an anderen Orten ist das Brauen etlichen wenigen Bürgern überlassen, die es als ihr eigentliches Nahrungsgeschäft in ihren Häusern treiben. Anderwärts haben nur gewisse Häuser, so aber die mehresten Bürgerhäuser zu seyn pflegen, auf eine vestgesetzte Anzahl Biere die Gerechtigkeit und daselbst wird entweder nach der Reihe, wie sie das Loos trifft, gebrauet, oder man brauet nach seinem Gefallen. Unter all diesen Arten hat wohl unstreitig diejenige den Vorzug, wo die brauberechtigten Bürger nach der Reihe brauen; man wird auch diese Art gemeiniglich in denjenigen Ländern und Städten antreffen, wo vorzüglich gutes Bier gebrauet wird; nur wird vorausgesetzt, daß die Policei diese Reihe = (Riege =) Brauen gehörig dirigiere."

Trotzdem gab es auch in dieser Zeit bereits vereinzelt eine finanzielle Unterstützung der Wirte durch die Brauereien. Sie war noch nicht so verbreitet wie heute, muß aber in gewissen Fällen ein Ausmaß erreicht haben, das die Obrigkeit zum Einschreiten veranlaßte. Deuringer¹⁾ z.B. erwähnt, daß schon in einem Mandat von 1719 den Mißbräuchen, die sich zwischen Brauern und Wirten zum Schaden des Publikums eingeschlichen haben, entgegengetreten wird. "Es wird gerügt, daß die Brauer, um Wirte zu bekommen, diesen bedeutende Kapitalien geben ... und noch andere Lockspeisen mehr."

Das 19. Jahrhundert schuf dann die Voraussetzungen für eine industrielle Großproduktion in den Brauereien. Die Erfindung der Dampfmaschine, die Erzeugung künstlicher Kälte und die biologischen Erkenntnisse über den Gärungsvorgang von Louis Pasteur machten es den bisher handwerklich betriebenen Brauereien möglich, zur industriellen Betriebsweise überzugehen.²⁾ Es war nun technisch möglich, das ganze Jahr über, also auch im Sommer, ein gleichmäßig gutes Bier herzustellen. Durch die auf allen Gebieten des wirtschaftlichen Lebens stattfindende Industrialisierung in Deutschland kam es zu einer gewaltigen Entfaltung der produktiven Kräfte. Mit ihr verbunden war eine Steigerung der Kaufkraft und damit auch eine vermehrte Nachfrage nach Bier. Dazu kam die rasche Bevölkerungsvermehrung und die Zusammenballung in den großen Verbrauchszentren.

1) Deuringer, Die Bierfrage in Bayern im Jahre 1861, München 1861, zit. nach: Hartl, Caspar, Die wirtschaftliche Organisation des deutschen Braugewerbes in Vergangenheit und Gegenwart, Berlin 1912, S. 33.

2) Vgl. Gruber, Erich, Diss. Würzburg 1958, a.a.O., S. 7.

Die Bierproduktion im deutschen Brausteuergebiet ¹⁾ stieg aus diesen Gründen von 21 Millionen Hektolitern im Jahre 1880 auf 45 Millionen Hektoliter im Jahre 1900. ²⁾

Die Industrialisierung erforderte einen hohen Kapitalbedarf, dem viele der kleinen handwerklichen Brauereien nicht gewachsen waren. Es kam vielfach zu einer Vergesellschaftung der Brauereien, wobei gerade die Unternehmungsform der Aktiengesellschaft den wachsenden Kapitalansprüchen gerecht wurde. Die Zahl der gewerblich tätigen Brauereien verminderte sich daher von 1880 bis 1900 um 40 %. ³⁾

Eine Voraussetzung für diese Entwicklung war aber, daß sich die Absatzregulierungen, wie sie sich in der mittelalterlichen Stadtwirtschaft herausgebildet hatten, der Gewerbefreiheit wichen. § 7 Abs. 1 Ziff. 4a der Gewerbeordnung vom 21. 6. 1869 lautet:

"Vom 1. Januar 1873 ab sind, soweit die Landesgesetze solches nicht früher verfügen, aufgehoben: Das mit dem Besitz einer Mühle, einer Brennerei oder Brenngerechtigkeit, einer Brauerei oder Braugerechtigkeit, oder einer Schenkstätte verbundene Recht, die Konsumenten zu zwingen, daß sie bei den Berechtigten ihren Bedarf mahlen oder schroten lassen, oder das Getränk ausschließlich von denselben beziehen (der Mahlzwang, der Branntweinzwang, oder der Brauzwang)".

Da die Kunden der Brauerei nun nicht mehr gezwungen waren, Bier ausschließlich bei ihrer Brauerei zu beziehen, mußten sich die Brauereien mit dem Problem des regelmäßigen und gesicherten Bierabsatzes auseinandersetzen. Der mit einem Darlehen verbundene Bierlieferungsvertrag gewann als wichtiges Mittel zur Sicherung des Absatzes an Bedeutung. Außerdem hat die soziologische Entwicklung des Wirstandes ihr Teil dazu beigetragen, um im Laufe der Zeit die Finanzierung durch die Brauereien zur Regel werden zu lassen. Aus den früher überwiegend vermögenden Wirten, die häufig noch Bauern, Posthalter, Metzger oder Bäcker waren und die generationslang die gleiche Gastwirtschaft betrieben, wurde ein häufig recht kapitalbedürftiger Stand, der als Pächter von einer Gaststätte in die andere wechselte. ⁴⁾

1) Das deutsche Brausteuergebiet umfaßt das deutsche Zollgebiet mit Ausnahme von Bayern, Baden, Württemberg und Elsaß-Lothringen.

2) Vgl. Koch, Gerhard, a.a.O., S. 26.

3) Vgl. Koch, Gerhard, a.a.O., S. 28.

4) Vergl. Launer, Horst Strukturelle Wandlungen des deutschen Braugewerbes im 20. Jahrhundert, Diss. München 1954, S. 117.

Gesetzlich fixierte Möglichkeiten des Schutzes vor dem aufkommenden harten Wettbewerb waren nach der Einführung der Gewerbefreiheit, abgesehen von der Sonderregelung des "bayerischen Sudjahres" und den Vorschriften über den unlauteren Wettbewerb, nicht vorhanden. Aus diesem Grund wurden schon vor dem ersten Weltkrieg zur Verminderung des Konkurrenzkampfes zwischenbetriebliche Vereinbarungen in Form von Kundenschutzverträgen unterzeichnet.¹⁾ Diese Vereinbarungen hatten meist Kartellcharakter und sie befaßten sich fast alle, zumindest indirekt, auch mit der Darlehensgewährung. In der Regel verpflichteten sich mehrere Brauereien, in Zukunft nur an solche Wirte Bier abzusetzen, die sie schon vor Vertragsschluß beliefert hatten. Diese Verträge konnten aber den Wettbewerb im ganzen gesehen nur geringfügig beeinflussen.¹⁾

Als Beispiel für das Ausmaß der Darlehensgewährung vor dem 1. Weltkrieg möchte ich Müser zitieren:²⁾

Tabelle 5

Betriebsgröße	Darlehensforderungen pro Hektoliter	
	1907	1911
Brauereien mit Ausstoß		
bis 25 000 hl	11,20 RM/hl	12,28 RM/hl
von 25 000 - 50 000 hl	12,37 RM/hl	12,33 RM/hl
von 50 000 - 100 000 hl	10,05 RM/hl	10,85 RM/hl
von über 100 000 hl	8,43 RM/hl	9,13 RM/hl

Im Vergleich zum damaligen Bierpreis, der für Bier mit 12 % Stammwürzegehalt zwischen RM 17, -- und RM 20, -- pro Hektoliter lag,³⁾ kann man die Bedeutung dieser Werte erst richtig ermessen. Heute betragen die Darlehensausleihungen der Brauereien, bei einem Bierpreis von DM 70, -- bis DM 90, -- pro Hektoliter, DM 6,21 pro Hektoliter Ausstoß.⁴⁾

1) Vgl. Seibold, Hans-Jürgen, Das württembergische Braugewerbe unter besonderer Berücksichtigung der Marktverhältnisse, Diss. Hohenheim, 1953, S. 151.

2) Müser, Conrad, Brauereiaktien als Kapitalanlage, Bochum-Langendreer 1931, S. 98

3) Vgl. Kaiser, Bruno, Einführung in die kaufmännische Brauereibetriebslehre, Nürnberg 1949, S. 211.

4) Vgl. Tab. 14, S. 160.

Sehr deutlich kann man aber aus dieser Tabelle entnehmen, wie unterschiedlich auch schon vor dem 1. Weltkrieg die einzelnen Betriebsgrößen im Darlehensgeschäft engagiert waren. Die kleinen Brauereien sind, gemessen an ihrem Ausstoß, bedeutend größere Wirtegläubiger als die Großbrauereien.¹⁾

Mit Beginn des ersten Weltkrieges erfuhr die aktive Darlehenspolitik der Brauereien eine wesentliche Einschränkung. Als Folge der zunehmenden Liquidität des Geldmarktes konnten die Gastwirte ihre Darlehensschulden bei den Brauereien schnell abtragen. Eine neue Darlehensgewährung unterblieb, da allein schon die in diesen Jahren eintretende Verknappung der Rohstoffe eine Absatzausweitung unmöglich machte.

Dies ist deutlich bei Thomass zu erkennen:²⁾

Tabelle 6

Jahr	Darlehen in TRM			Darlehen in % der Bilanzsumme		
	1	2	3	1	2	3
1913/14	9100	6673	1061	23,0	45,0	8,6
1914/15	8300	6412	1061	20,6	43,4	8,6
1915/16	7200	5652	823	18,0	38,0	6,6
1916/17	6200	5297	839	15,3	35,4	6,8
1917/18	5300	5006	734	13,0	32,0	5,8
1918/19	4800	4569	1052	12,6	29,2	8,5

1 = Löwenbräu München

2 = Brauerei zum Franziskanerkeller München

3 = Paulanerbräu München

In dieser Aufstellung sind außerdem sehr deutlich die betriebsindividuellen Unterschiede in der Darlehensgewährung zu erkennen. Bei der Paulaner Brauerei waren die Darlehensforderungen nur mit 8,6 % an der Bilanzsumme beteiligt, bei der Brauerei zum Franziskanerkeller waren sie es mit 45,0 %. Letztere hatte in diesem Jahr aber lediglich 0,6 % ihrer Bilanzsumme in der Position "auswärtige Wirtschaftseinrichtungen" gebunden,

1) Vgl. S. 164. ff.

2) Thomass, Karl, Die Bilanzen der neun Münchener Aktienbrauereien aus den Jahren 1912 - 1919, Berlin 1921, S. 34 ff.

die Paulaner Brauerei dagegen 30 %. Die eine Brauerei betreibt ihre Absatzsicherung also auf dem Wege über den Ankauf eigener Gaststätten und kann deshalb auf den Abschluß von Bierlieferungsverträgen weitgehend verzichten. Bei der anderen ist es gerade umgekehrt. Durch den Mangel an eigenen Gaststätten ist sie gezwungen, ihren Absatz durch den Abschluß von Darlehens- und Bierlieferungsverträgen zu sichern. Die Entscheidung zwischen dem Absatz über eigene Gaststätten und dem Absatz durch Bierlieferungsverträge ist aber auch eine Frage der einem Unternehmen zur Verfügung stehenden Mittel, denn der Kauf von eigenen Absatzstätten erfordert einen unvergleichlich größeren Kapitalaufwand als die Darlehensgewährung.

Im Jahre 1924 waren die Kundendarlehen der deutschen Brauereien auf einem Tiefstand angelangt.¹⁾ Aber im Zuge des nun einsetzenden allgemeinen wirtschaftlichen Aufstiegs wuchsen auch die Ausleihungen der Brauereien und erreichten zu Beginn der Wirtschaftskrise, im Jahre 1929, einen neuen Höhepunkt. Die Zunahme der Darlehensforderungen in den Jahren der kurzen wirtschaftlichen Blüte von 1924 - 1929 ist eine natürliche Folge des allgemeinen Konsumzuwachses, der auch den Brauereien in einem stark steigenden Ausstoß zugute kam.

Die Biererzeugung der deutschen Brauereien nahm von 38,1 Millionen Hektolitern im Jahre 1924 auf 58,1 Millionen Hektoliter im Jahre 1929 zu.²⁾ Ein Ausstoßzuwachs bedeutet in der Regel auch eine Zunahme der im Absatz gebundenen Mittel, und zwar der Warenforderungen wie auch der Darlehensforderungen.

Die mit der 1929 beginnenden Wirtschaftskrise einsetzende Arbeitslosigkeit und der damit verbundene Rückgang des Einkommens der Arbeiterhaushalte, den bedeutendsten Bierkonsumenten, zog ein starkes Absinken des Bierverbrauchs nach sich. Die Brauereien mußten ihre Produktion von 58,1 Millionen Hektoliter (1929) bis zum Jahre 1932 um fast die Hälfte drosseln. In diesem Jahr (1932) stellten sie nur noch 33,6 Millionen Hektoliter Bier her.²⁾ Dieser Rückgang des Bierkonsums war für die Gastwirte, die sich in den letzten Jahren bei den Brauereien stark verschuldet hatten, ein schwerer Schlag. Viele von ihnen waren nicht mehr fähig, die aufgenommenen Verpflichtungen zu erfüllen. Noch härter betroffen

1) Vgl. Hermann, Leonhard, Die Brauereibilanz gebündelt und geröntgt, Berlin 1934, S. 55.

2) Vgl. Bayerischer Brauer-Bund e.V., München, Geschäftsbericht 1958/59 und 1959/60, S. 178.

waren allerdings die Gläubiger der Wirte, die Brauereien. Neben der zunehmenden Zahl der Insolvenzen in der Wirtekundschaft nahmen auch die Stundungsgesuche zu, denen die Brauereien in den meisten Fällen stattgeben mußten, um die Zahl der Zusammenbrüche in Grenzen zu halten.

Die Rückzahlung der Darlehen wurde aber noch durch einen weiteren Punkt verzögert. Die Darlehenstilgung ist im allgemeinen mit der Bierabnahme des Kunden gekoppelt.¹⁾ Geht also der Umsatz zurück, dann nimmt die umsatzbezogene Tilgung der Darlehen im gleichen Verhältnis ab. Hermann²⁾ berichtet von der Berliner Engelhardt Brauerei, daß bis zu Beginn der Weltwirtschaftskrise jedes Jahr ca. ein Drittel der Kreditanlage wieder zurückfloß. In den Jahren 1929 bis 1932 ging der jährliche Kreditrücklauf bis auf 20 % der valutierenden Darlehensforderungen zurück.

Abgesehen von dem Absinken der Darlehenstilgungen brachte der Absatzrückgang der Jahre 1929 - 1932 den Brauereien auch eine starke Zunahme der fixen Kosten, da die infolge der sprunghaften Absatzzunahme der letzten Jahre geschaffenen Produktionskapazitäten nicht mehr ausgelastet werden konnten. Um dem zu begegnen, versuchten sie mit allen Mitteln, ein stärkeres Absinken ihres Umsatzes zu vermeiden. Die zum Erreichen dieses Zieles erforderliche Erhaltung alter und Gewinnung neuer Absatzstätten veranlaßte die Brauereien zu weitgehender Kreditgewährung.³⁾ Sie legten nun aber mehr Wert auf die Absicherung der Darlehen durch Grundschulden und Hypotheken, als dies noch vor wenigen Jahren der Fall war, da man sich darüber klar wurde, daß bei dieser schlechten allgemeinen wirtschaftlichen Lage immer mit der Zahlungsunfähigkeit eines Schuldners zu rechnen war. Das geht auch aus einer Untersuchung von Wittmann⁴⁾ hervor, in der festgestellt wird, daß die durch Hypotheken gesicherten Darlehen umso stärker ansteigen, je rigoros der Wettbewerb wird. Gleichzeitig wird an einem Zahlenbeispiel gezeigt, daß die nicht durch Grundpfandrechte gesicherten Darlehen in den Krisenjahren absolut zurückgegangen sind. Bezieht man diese Forderungen aber auf den damals sehr stark gesunkenen Ausstoß, so sind sie in dieser Zeit bei vielen deutschen Brauereien dennoch gestiegen.⁵⁾

1) Vgl. S. 104 ff.

2) Vgl. Hermann, Leonhard, a.a.O., S. 55 ff.

3) Vgl. Wittmann, Ruth, Brauereiprobleme, Diss. München 1950, S. 174.

4) ebenda, S. 175.

5) Vgl. Bilger, Harald, Wandlungen im deutschen brauwirtschaftlichen Absatzmarkt seit 1933, Diss. München 1938, S. 50;
Wittmann, Ruth, a.a.O., S. 254.

Eine andere Folge dieser Krisenjahre war eine starke horizontale Konzentrationsbewegung im deutschen Braugewerbe, die sich vor allem auf Kosten der mittleren Brauereien vollzog, da diese einerseits nicht über die Kapitalkraft einzelner Großbetriebe verfügten, andererseits sich auch nicht die Vorteile des Kleingewerbes (Ausschank des größten Teils der Produktion in der eigenen Gaststätte, deshalb kein Transport, Mithilfe durch Familienmitglieder, niedrige Biersteuersätze) zunutze machen konnten. Die Zahl der tätigen Brauereien nahm von 6905 im Rechnungsjahr (1. 4. bis 31. 3.) 1928/29 auf 4404 im Rechnungsjahr 1932/33 ab.¹⁾

Im Jahre 1935 ergriff der Staat die Initiative und ordnete den Wettbewerb nach den Vorstellungen der Nationalsozialisten. Im Zuge der reichsnährständischen Marktordnung wurde auf Grund des "Gesetzes über den vorläufigen Aufbau des Reichsnährstandes und Maßnahmen zur Markt- und Preisregelung für landwirtschaftliche Erzeugnisse" vom 13. Sept. 1935,²⁾ kurz "Reichsnährstandsgesetz", die "Hauptvereinigung der deutschen Brauwirtschaft" geschaffen. Sie war als Zwangszusammenschluß der deutschen Brauwirtschaft eine Körperschaft des öffentlichen Rechts. Ihr oblagen die Aufgaben der Marktordnung, die sie u. a. dadurch löste, daß sie Anordnungen zur Regelung des Wettbewerbs erließ.³⁾ Unter dem Leitgedanken "statt Preiswettbewerb - Leistungswettbewerb" hat die Hauptvereinigung das Verbot sämtlicher Wettbewerbsmethoden angeordnet, die nur mit Kapitaleinsatz möglich sind. Sie erließ die berühmt gewordene Anordnung Nr. 5 vom 25. 10. 1935. Die Ziffer 1 ihres ersten Absatzes lautete:

"Beim Erwerb neuer Kunden ist den Brauereien und Biergroßverteilern die Gewährung, Vermittlung und Inaussichtstellung von Darlehen, die Übernahme von Bürgschaften, sowie die Gewährung von Krediten jeder Art an Inhaber, Pächter oder Mieter von Absatzstätten, an deren Angehörige, Angestellte oder sonstige an der Absatzstätte interessierte Dritte verboten. Das Gleiche gilt für sonstige Abkommen oder Geschäfte, die den gleichen wirtschaftlichen Zweck verfolgen. Das Verbot gilt nicht für die Gewährung von Krediten bis zum Betrage einer Monatslieferung. Das Verbot gilt auch bei eigenen Kunden, sofern die Geschäftsverbindung nicht länger als zwei Jahre besteht. Bei älteren eigenen Kunden darf der neu zu gewährende Betrag insgesamt nicht höher sein als der Betrag, der dem Werte einer halben Jahreslieferung von untergärigem Vollbier zum ortsüblichen Preis entspricht." ⁴⁾

1) Vgl. Koch, Gerhard, a.a.O., S. 254.

2) RGBL I, 1935, S. 626.

3) Vgl. Essers, A.L. und Essers, Leo, Brauerei und Wirt in der Marktordnung, 2. Aufl., Würzburg 1939, S. 16.

4) Zit. nach Essers, A.L. und Essers, Leo, a.a.O., S. 62 ff.

In der Ziffer 3 des Absatzes 2 heißt es dann noch:

"Der Abschluß neuer Bierlieferungsverträge bedarf der Genehmigung des Vorsitzenden des zuständigen Brauwirtschaftsverbandes."

Verständlicherweise waren die Wirte über diese Anordnung empört, da sie in ihr eine Beschränkung ihrer althergebrachten Rechte sahen.¹⁾ Diese Einschränkung der Darlehensgewährung brachte aber nach Schmitz²⁾ schon 1938 für die Brauereien eine "starke kapitalmäßige Entlastung bei allen Betriebsgrößenklassen". Außerdem spricht er von einer "in Zukunft steigenden Liquidität" der Brauereien, die für den Abbau der Verschuldung gegenüber Banken, für Erneuerungs- und Erweiterungsinvestitionen, für bessere Rohstoffe und längere Lagerung des Bieres verwendet werden wird. Schmitz erwartete sogar, daß durch die Beschneidung der weiteren Darlehensgewährung den Brauereien in den nächsten Jahren so viel Kapital zurückfließen würde, daß einzelne Gesellschaften von einer Kapitalrückzahlung Gebrauch machen müßten. Diese sehr optimistische Zukunftsvision konnte wegen des Kriegsausbruchs nicht auf ihre Richtigkeit überprüft werden.

Mit Wirkung vom 30. 9. 1948 wurden die Anordnungen der Hauptvereinigung der deutschen Brauwirtschaft durch das "Gesetz über die Auflösung des Reichsnährstandes im vereinigten Wirtschaftsgebiet" aufgehoben. Nach 13-jähriger strenger Wettbewerbsordnung kam die Freigabe des Wettbewerbs mit Beginn des Brauwirtschaftsjahres 1948/49 viel zu früh für das Braugewerbe, denn sehr viele Brauereien mußten zunächst ihre ganze Kraft auf den Wiederaufbau der Zerstörungen an ihren Betriebsanlagen und eigenen Absatzstätten richten, ehe sie sich wieder intensiv dem Markt, dem Wettbewerb und den damit verbundenen finanziellen Anstrengungen, wie z.B. der Darlehensgewährung, zuwenden konnten.³⁾

Der Bierabsatz hatte 1948 seinen tiefsten Punkt erreicht, denn das vor der Währungsreform hergestellte Dünnbier konnte man für "D-Mark" kaum noch verkaufen. Mit der Verbesserung der Qualität stieg dann zwar in den folgenden Jahren auch der Bierkonsum, aber nur sehr langsam. Die Folge war, daß sich sofort ein harter Konkurrenzkampf entwickelte.⁴⁾

1) Vgl. Luther, Hans Walter, Die rheinisch-westfälische Brauindustrie nach dem 2. Weltkrieg, Diss. Nürnberg 1950, S. 162.

2) Schmitz, Willi, Die Marktordnung im Braugewerbe, Diss. Köln 1938, S. 117.

3) Vgl. Weiß, Hermann, Der Wettbewerb im Braugewerbe - Ein Beitrag zum Entwurf des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen, Diss. Tübingen 1953, S. 80.

4) Vgl. Gruber, Erich, Diss. Würzburg 1958, a.a.O., S. 114 ff.

Der Grund für diesen kräftigen Wettbewerb war einmal die mangelhafte Auslastung der Kapazität. Nach Kaindl¹⁾ waren im Braujahr 1948/49 nur 30 % der Kapazität der deutschen Brauereien beschäftigt. Das lag an der damals außergewöhnlich hohen Steuerbelastung des Bieres, sowie an der geringen Kaufkraft der Konsumenten. Untersuchungen von Einkommen und Bierverbrauch führten zu dem Ergebnis, daß der Bierverbrauch fast im gleichen Ausmaße steigt und fällt, wie das Einkommen des Konsumenten. In den Jahren 1950 bis 1960 entsprach einer Einkommenssteigerung von einem Prozent eine Erhöhung der Nachfrage nach Bier von 1,1 %.²⁾ Da das Bier zu den nicht lebensnotwendigen Gütern gehört, wird nur der Teil des Einkommens zum Kauf von Bier verwendet, der den Konsumenten, die sich zum größten Teil aus den niedrigen Einkommensklassen rekrutieren, nach der Befriedigung des lebensnotwendigen Bedarfs noch verbleibt. Dieses freiverfügbare Einkommen war bis 1952 bei den breiten Käuferschichten nur gering. Das wirkte dämpfend auf den Bierkonsum. In den nächsten Jahren aber wuchs das Einkommen der Verbraucher und dadurch auch der Getränkekonsum.

Tabelle 7

Getränkeverbrauch je Einwohner in Liter³⁾

	1938	1950	1960	1964
Alkoholgetränke	93,1	43,8	110,4	146,3
davon: Bier	82,0	36,3	94,7	122,4
Wein, Sekt	7,9	4,7	10,8	18,0
Alkoholfr. Frischgetränke	9,5	12,5	37,1	49,6
Hausgetränke	326,6	276,2	277,7	283,5
davon: Milch	146,4	140,4	107,1	100,6
Bohnenkaffee	81,2	19,2	94,1	119,9
Getränke insgesamt	429,2	332,1	425,2	479,4

1) Vgl. Kaindl, Erich, Vorzüge und Gefahren für das Braugewerbe, in: Der Volkswirt 1955, Nr. 51/52, S. 119.

2) Vgl. Koch, Gerhard, a.a.O., S. 59 f.

3) Vgl. Deutscher Brauer-Bund e.V., Bad Godesberg
7. Statistischer Bericht, 1966, S. 48.

Tabelle 8

Die Ausgaben der Verbraucher für Getränke in % der gesamten Verbraucherausgaben¹⁾

	1938	1950	1960	1964
Alkoholgetränke	9,0	6,2	7,0	7,0
davon: Bier	6,1	3,3	4,4	4,3
Wein, Sekt	1,3	1,1	1,2	1,4
Alkoholfreie Frischgetränke	0,4	0,5	1,2	1,3
Hausgetränke	5,4	5,1	4,2	3,4
davon: Milch	3,7	3,7	2,3	1,7
Bohnenkaffee	1,4	1,2	1,7	1,5
Ausgaben für Getränke insgesamt:	14,8	11,8	12,4	11,6

Mit zunehmendem Wohlstand nimmt der Getränkeverbrauch also sprunghaft zu. Besonders die alkoholfreien Erfrischungsgetränke haben nach dem zweiten Weltkrieg überproportional zugenommen. Sie profitierten neben der allgemeinen Einkommenssteigerung, die den Verbraucher von den einfacheren Hausgetränken zu den teureren Cola- und Fruchtsaftgetränken, Mineralbrunnen und Obstsaften übergehen ließ, auch von der zunehmenden Motorisierung, verbunden mit einer strengen Ahndung der Vergehen gegen die Promillegrenze im Straßenverkehr und von dem Verbot des Alkoholgenusses während der Arbeitszeit, das in vielen Betrieben in der letzten Zeit erlassen wurde. Die Brauereien haben versucht, den Anschluß an die Entwicklung, die natürlich auch auf Kosten des Bierkonsums vor sich ging, zu gewinnen. Sie haben die Herstellung von alkoholfreien Erfrischungsgetränken in ihr Produktionsprogramm aufgenommen oder Tochtergesellschaften für die Herstellung und den Vertrieb dieser Getränke gegründet.

Eine Hauptwaffe im Kampf um den Verbraucher, sei er nun Biertrinker oder Konsument alkoholfreier Getränke, war für die Brauereien wiederum die Darlehensgewährung. Die Kunden-darlehen, die vor der Währungsreform auf ein Minimum zurückgegangen waren, stiegen nun

1) Vgl. Deutscher Brauer-Bund e.V., Bad Godesberg,
7. Statistischer Bericht, 1966, S. 46.

wieder stark an.¹⁾ Die Bierlieferungsverträge wurden, um an der oben angedeuteten Entwicklung zu den alkoholfreien Getränken teilzuhaben, bei vielen Brauereien zu Bier- und Getränkelieferungsverträgen, und die finanziell unterstützten Kunden wurden neben dem Bezug von Bier auch zur Abnahme der von der Brauerei hergestellten oder gehandelten alkoholfreien Erfrischungsgetränke verpflichtet. Da der Absatz dieser Getränke aber nur zu einem Teil über die Gaststätten erfolgt und diese wiederum sich nur ungern zur Abnahme von alkoholfreien Getränken verpflichten, da einige Wirte sich nicht auch noch diesen Teil ihrer "Freiheit" beschneiden lassen wollen, ist der Anteil am Gesamtumsatz der alkoholfreien Getränke, den die Brauereien durch Getränkelieferungsverträge sichern können, nicht sehr groß.

B) Kundendarlehen und Wettbewerb

I. Die Wettbewerbslage auf dem deutschen Biermarkt

In einem Aufsatz über die Wettbewerbs- und Marktprobleme der deutschen Brauwirtschaft kommt Sölter²⁾ u. a. zu folgendem Ergebnis: "Bier ist wegen seiner Quasi-Homogenität, wegen der großen Zahl der Anbieter, wegen der Kapitalintensität der Produktionsanlagen, wegen der saisonalen Schwankungen, der Frachtintensität und der Nachfragemacht des Handels ein stark wettbewerbsempfindliches Erzeugnis". Diese Punkte sollen nun kurz untersucht werden, um eine Vorstellung von der Situation auf dem Biermarkt zu erhalten.

Die normalen Konsumbiere sind trotz der Vielfalt der angebotenen Marken homogene Güter. Die Kaufentscheidung des Konsumenten wird also meist nicht von der Qualität und dem Geschmack, sondern sie wird von anderen Faktoren bestimmt. Die Gewohnheit des Verbrauchers, eine einprägsame Werbung, Empfehlungen von Bekannten, ein wirkungsvolles Etikett, eine gute Placierung im Selbstbedienungsgeschäft, die Atmosphäre einer Gaststätte etc. geben daher sehr oft den Ausschlag beim Kauf eines Bieres. Zum wichtigsten Faktor für die Kaufentscheidung aber wird durch diese Homogenität der angebotenen Biere

1) Zu der Entwicklung der Darlehensförderungen nach 1948 vgl. Kapitel E II, S. 158.

2) Sölter, Arno, Wettbewerbs- und Marktprobleme der Brauwirtschaft, in: Brauwelt 1966, S. 1018.

die Preisgestaltung, die wiederum beim Absatz über das Gaststättengewerbe gegenüber den Nebenleistungen in den Hintergrund tritt.

Da es sich beim deutschen Biermarkt auf Grund der vielen mittleren und kleinen Brauereien mit sehr begrenztem Absatzgebiet um eine Vielzahl regionaler Teilmärkte handelt, kann man nicht von atomistischer Konkurrenz sprechen wie es Sölter tut, wenn er die große Zahl der Anbieter als zweites Charakteristikum herausstellt. Man muß sich hier Reuter¹⁾ anschließen, der in Anlehnung an das Marktformenschema von Möller²⁾ von einem "bilateralen Tei-oligopoloid" auf dem Biermarkt der Bundesrepublik spricht. Auf einem regionalen Teilmarkt sind immer mehrere große Anbieter vorhanden, denn auch kleine Brauereien können in ihrem begrenzten Absatzgebiet relativ große Anbieter sein. Bilateral ist dieses Tei-oligopoloid deshalb, weil den Brauereien auf der Nachfrageseite auch bedeutsame Großabnehmer gegenüberstehen, von denen einer manchmal bis zu 20 % des Jahresausstoßes eines Unternehmens abnimmt. Trotz dieser oligopolistischen Marktsituation ist aber von der sog. "Reaktionsverbundenheit"³⁾ der Oligopolisten auf dem Biermarkt wenig zu spüren. Die einzelnen Brauereien unterlassen zwar im allgemeinen, wie es der oligopolistischen Preistheorie entspricht, eine generelle Senkung ihrer Verkaufspreise, da sie dann mit einem Nachziehen der Konkurrenten rechnen müßten, deren höhere Preise bei der Homogenität der angebotenen Biere sonst zum Verlust eines großen Teils des nicht gebundenen Absatzes führen würden. Sie bedienen sich aber ausgiebig der Preisdifferenzierung und einer differenzierten Rabattgewährung. Ihre Preispolitik entspricht also nach außen der volkswirtschaftlichen Theorie des Oligopolpreises, es wird aber häufig "unter Wasser geschossen", d.h. es wird inoffiziell einzelnen Abnehmern ein Preisnachlaß gewährt.

Die kapitalintensiven Einzweckanlagen, die Sölter als dritten Grund für die Wettbewerbsempfindlichkeit des Bieres herausstellt, sind die Hauptursache für diese Preisdifferenzierung. Kapitalintensive Produktionsanlagen müssen stets ausgelastet sein, um dadurch die Kapitalkosten auf möglichst viele Produktionseinheiten zu verteilen. Eine Kapazitätsauslastung kann aber in vielen Fällen nur durch eine Preissenkung erreicht werden, die im Braugewerbe

1) Reuter, Helmuth, Die Preispolitik der Brauereien in Theorie und Praxis, Diss. Berlin 1964, S. 60.

2) Möller, Hans, Kalkulation, Absatzpolitik und Preisbildung, Wien 1941, Nachdruck Tübingen 1961, S. 39.

3) Vgl. Gutenberg, Erich, a.a.O., S. 276.

durch eine sog. "Spitzenhektoliterkalkulation" partiell durchgeführt wird. Unter "Spitzenhektoliter" versteht man jene Ausstoßmenge, die ohne Anlastung fixer Kosten kalkuliert wird oder denen die fixen Kosten nur zum Teil zugerechnet werden. Wenn sich eine Brauerei z.B. bei 70-prozentiger Kapazitätsauslastung bereits in der Gewinnzone befindet und ihre fixen Kosten dadurch als gedeckt ansieht, so braucht sie für alle zusätzlich abgesetzten Hektoliter nur noch die jeweiligen variablen Kosten aufzuwenden.¹⁾ Diese zusätzlich verkaufte Menge, die sog. Spitzenhektoliter, können nun zu einem entsprechend niedrigeren Preis verkauft werden, was auf Teilmärkten zu enormen Preisunterbietungen führen kann. Diese Kalkulationsmethode setzt eine exakte Betriebsabrechnung voraus, die bei kleineren und mittleren Brauereien meistens nicht vorhanden ist. Die "Spitzenhektoliterkalkulation" kann dadurch zu einer ernsten Gefahr für das ganze Unternehmen werden.

Die saisonalen Schwankungen im Bierabsatz sind ein Grund für die oben angeführten hohen Investitionen im Brauereibetrieb, da die Kunden auch in der Saisonspitze beliefert werden müssen und eine Vorratsproduktion nur in sehr geringem Ausmaß möglich ist, denn Bier ist nur sehr begrenzt haltbar. Im Jahre 1964 wurden z.B. in Bayern im Februar, dem Monat mit dem geringsten Bierausstoß, von den Brauereien 1,3 Millionen Hektoliter Bier verkauft. Im Juli, dem umsatzstärksten Monat in diesem Jahr, wurden dagegen 2,3 Millionen Hektoliter abgesetzt.²⁾ Daß die saisonalen Schwankungen des Bierabsatzes aber zu Preisschwankungen führen, ist dem Verfasser nicht bekannt geworden. Anders ist dies bei der Frachtintensität des Bieres, die den Verkauf des Bieres in brauereifernen Gebieten (mehr als 200 bis 300 km) zu Vollkostenpreisen unmöglich macht, sofern es sich nicht um preislich hochrangierende Spitzenerzeugnisse handelt, für die auch die oben erwähnte Homogenität nicht zutrifft. Freie Kapazitäten drücken also dann auf den lokalen Markt, sofern die Brauereileitung nicht einen sehr oft verlustreichen Transport in weitenfernte Gebiete vorzieht. Manchmal wird dabei von der Devise ausgegangen, mit dem nur zu Teilkosten kalkulierten Bier lieber in weitenfernte Gebiete zu fahren, statt sich den lokalen Markt zu verderben. Kostenrechnerisch kann dies aber wiederum nur gebilligt werden, wenn man die Gewähr hat, daß die Kalkulation bzw. die Teilkostenrechnung Zahlen liefern, die der Wirklichkeit nahekommen.

1) Vgl. Reuter, Helmuth, a.a.O., S. 118 f.

2) Vgl. Bayerischer Brauer-Bund e.V., München, Geschäftsjahr 1964/65, S. 141.

Der Wettbewerb zwischen den Brauereien erhält durch die Nachfragemacht des Handels einen nicht unwesentlichen Auftrieb. Besonders beim Flaschenbier macht sich dieser Marktfaktor bemerkbar. Große Verleger, Einzelhandelsketten und -Filialbetriebe sowie ähnliche Großabnehmer ringen den Brauereien durch ihre Marktmacht hohe Rabatte bzw. Preisnachlässe ab.

Durch diese kurze Skizzierung des Biermarktes wurde klar, daß dieser Markt prädestiniert ist für einen heftigen Preiswettbewerb. Ein Preiswettbewerb fördert im allgemeinen die Konzentrationstendenzen bei den Produzenten, da nur große Hersteller in der Lage sind, über längere Zeit hinweg zu niedrigen Preisen zu verkaufen. Da aber der Konzentrationsgrad im deutschen Braugewerbe im Vergleich zu den Vereinigten Staaten und zu den Ländern der europäischen Wirtschaftsgemeinschaft noch verhältnismäßig gering ist,¹⁾ müssen bestimmte Gründe vorliegen, die den kapitalmäßigen Zusammenschluß der Brauereien in Deutschland gebremst haben. Diese Gründe sind, wie bereits ausgeführt,²⁾ in erster Linie in der bedeutenden Stellung zu suchen, die der Bierlieferungsvertrag auf dem deutschen Biermarkt innehat. Diese vertikalen Kooperationen zwischen Brauerei und Kunde schließen nahezu den gesamten Faßbiermarkt und auch einen bedeutenden Teil des Flaschenbiermarktes, zusammen mehr als die Hälfte des gesamten Biermarktes, von dem eben geschilderten Preiswettbewerb aus.

Beim Abschluß eines Bierlieferungsvertrages ist die Gegenleistung der Brauerei, wie z.B. das Darlehen, das für das Zustandekommen des Vertrages ausschlaggebende Kriterium. Der vom Kunden zu entrichtende Bierpreis ist im allgemeinen nicht Gegenstand der Verhandlungen, sondern es wird von diesen Kunden in der Regel der Listenpreis bezahlt. Rückvergütungen und Preisnachlässe werden im allgemeinen nur Großabnehmern gewährt,

1) Ein Vergleich mit den übrigen Ländern der EWG zeigt, daß im Jahre 1964 in Deutschland der durchschnittliche Bierausstoß der Brauereien bei 34 700 Hektolitern lag. Faßt man die übrigen EWG-Länder zusammen, so errechnet sich ein doppelt so hoher Durchschnittswert. Die Vereinigten Staaten mit 609 200 Hektolitern und Japan mit 1 005 000 Hektolitern Durchschnittsausstoß je Brauerei liegen noch deutlich über den EWG-Ländern. (7. Statistischer Bericht des Deutschen Brauer-Bundes e.V., Bad Godesberg 1966, S. 24 f.). Vgl. dazu auch S.

2) Vgl. S. 15 f.

mit denen kein Bierlieferungsvertrag abgeschlossen wird und die deshalb auch kein Darlehen oder eine ähnliche Leistung der Brauerei erhalten. Der Wettbewerb um die Gastwirte, also um die Kunden, die die Brauerei durch Darlehens- und Bierlieferungsverträge binden kann, wird mit Höhe und Konditionen bei der Darlehensgewährung und nicht beim Bierpreis ausgetragen.

II. Der Einfluß des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) auf den Darlehens- und Bierlieferungsvertrag

Gewährt eine Brauerei einem ihrer Kunden ein Darlehen, dann ist dieser Vorgang im allgemeinen mit dem Abschluß einer ausschließlichen oder partiellen Bezugsverpflichtung in der Form eines Bierlieferungsvertrages verbunden. Der Darlehensnehmer verpflichtet sich, als Gegenleistung für die finanzielle Unterstützung, sein Bier ausschließlich bzw. zum größten Teil von der Brauerei zu beziehen, die ihm das Darlehen gewährt hat. Mit dieser Ausschließlichkeitsbindung im Bierlieferungsvertrag beschäftigt sich das "Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen", auch Kartellgesetz genannt.¹⁾

Das am 1. 1. 1958 in Kraft getretene deutsche Kartellrecht geht grundsätzlich vom Verbotsprinzip aus, d.h. Kartellverträge zwischen Unternehmen sind verboten und rechtlich unwirksam, sofern nicht eine der seltenen Ausnahmeregelungen Anwendung findet. Im Gegensatz zu den Kartellen hat der Gesetzgeber eine Reihe sonstiger Vertragstypen wettbewerbsbeschränkenden Inhalts nicht dem Verbotsprinzip sondern dem Mißbrauchsprinzip unterworfen. Diese Verträge, zu denen auch die in § 18 GWB geregelten Ausschließlichkeitsvereinbarungen gehören, unterliegen der Aufsicht des Kartellamtes.²⁾ Obwohl sich seit dem Inkrafttreten des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen kein sachlicher Anlaß für eine Verschärfung der Bestimmungen über die Ausschließlichkeitsvereinbarungen ergeben hat,³⁾ wurde § 18 GWB im Zuge einer Gesetzesnovelle geändert. Die ursprüngliche Fassung des Paragraphen lautete:

1) Die Probleme, die mit der Ausschließlichkeitsbindung aufgeworfen werden, sind juristischer Natur. Sie sollen hier deshalb nur kurz behandelt werden. Ganz wollte der Verfasser aber nicht darauf verzichten, da diese Bestimmungen für die Darlehensgewährung der Brauereien von ausschlaggebender Bedeutung sind. Sehr ausführlich beschäftigt sich mit diesen Fragen die Arbeit von Dustersiek, Günther, Diss. Köln 1961, a.a.O.

2) Vgl. Meyer, Otto, Kartellrechtliche Aspekte des Bierlieferungsvertrages aus nationaler und europäischer Sicht, in: Brauwelt 1965, S. 773 ff.

3) Vgl. Deutscher Brauer-Bund e.V., Bad Godesberg, Denkschrift 1964, a.a.O.

"Die Kartellbehörde kann Verträge zwischen Unternehmen über Waren oder gewerbliche Leistungen mit sofortiger Wirkung ... für unwirksam erklären und die Anwendung einer neuen gleichartigen Bindung verbieten, soweit sie einen Vertragsbeteiligten d. in beschränken, andere Waren oder gewerbliche Leistungen von Dritten zu beziehen und dadurch die wirtschaftliche Bewegungsfreiheit dieses Vertragsbeteiligten oder anderer Unternehmen unbillig einschränken und soweit durch das Ausmaß solcher Beschränkungen der Wettbewerb auf dem Markt für diese oder andere Waren oder gewerbliche Leistungen wesentlich beeinträchtigt wird."

In Absatz 2 hieß es dann noch:

"Als unbillig im Sinne des Absatzes 1 ist auch eine solche Einschränkung anzusehen, der keine angemessene Gegenleistung gegenübersteht."

Diese "Gegenleistungen" sind z.B. die Darlehen, die die Brauerei zur Erlangung der ausschließlichen Bezugsverpflichtung dem Kunden gewähren muß.

Das Gesetz machte das Eingreifen der Kartellbehörde also von zwei Voraussetzungen abhängig, die nebeneinander vorliegen mußten:

- (1) Die unbillige Einschränkung der wirtschaftlichen Bewegungsfreiheit des vertraglich gebundenen oder eines dritten Unternehmens;
- (2) die wesentliche Beeinträchtigung des Wettbewerbs.

In der Neufassung des Gesetzes, die im Jahre 1965 vom Bundestag verabschiedet worden ist, wurde das Wort "und", das die beiden Voraussetzungen kumulativ verband, durch das Wort "oder" ersetzt. Das bedeutet, daß bereits bei Vorliegen einer Voraussetzung die Kartellbehörde eingreifen muß.

Außerdem ist durch die Novelle die Bestimmung über die "unbillige Einschränkung der wirtschaftlichen Bewegungsfreiheit des vertraglich gebundenen Unternehmens" weggefallen. Die Frage der Einzelbindung ist also nicht mehr Gegenstand des Gesetzes. Dies entspricht auch seiner Zweckbestimmung, da der Schutz der Parteien eines Einzelvertrages nicht Aufgabe des Kartellamtes ist. Fühlt sich ein Vertragspartner durch einen Bierlieferungsvertrag in unbilliger Weise gebunden, so hat er jederzeit die Möglichkeit, die ordentlichen Gerichte anzurufen, die den Fall nach den Bestimmungen des Privatrechts prüfen werden.¹⁾

1) Maßgeblich sind in erster Linie die §§ 138 und 242 BGB. Näheres zu den privatrechtlichen Problemen des Bierlieferungsvertrages vgl. Künstler, Leopold, Der Bierlieferungsvertrag, 3. Aufl., Nürnberg 1957; Schessl, Rudolf, a.a.O.

Dadurch, daß der Individualschutz aus dem § 18 GWB eliminiert wurde, ist die Neufassung dieser Norm in dieser Beziehung für das Braugewerbe günstiger. Andererseits aber konnte nach der bisherigen Fassung auf Grund eines Verbotes der Kartellbehörde nur die Anwendung einer neuen gleichartigen Bindung untersagt werden; nunmehr kann die Anwendung neuer gleichwertiger Bindungen schlechthin verboten werden. Die Verbotswirkung kann sich also auf sämtliche Bierlieferungsverträge einer Brauerei erstrecken.¹⁾

Der neue § 18 GWB lautet:

"Die Kartellbehörde kann Verträge zwischen Unternehmen über Waren und gewerbliche Leistungen mit sofortiger Wirkung ... für unwirksam erklären und die Anwendung neuer gleichartiger Bindungen verbieten, soweit sie einen Vertragsbeteiligten darin beschränken, andere Waren oder Leistungen von Dritten zu beziehen und dadurch für andere Unternehmen den Zugang zum Markt unbillig beschränken, oder soweit durch das Ausmaß solcher Beschränkungen der Wettbewerb auf dem Markt für diese oder andere Waren oder gewerbliche Leistungen wesentlich beeinträchtigt wird.

Als unbillig im Sinne des Satzes 1 ist nicht eine Beschränkung anzusehen, die im Verhältnis zu den Angebots- oder den Nachfragemöglichkeiten, die den anderen verbleiben, unwesentlich ist."

Durch die Schaffung des Satzes 2, der die "Billigkeit" erläutert bzw. einschränkt, dürften die Verschärfungen, die die Kartellgesetznovelle für das Braugewerbe gebracht hat, wesentlich gemildert worden sein. Bei der derzeitigen Situation auf dem Biermarkt ist der Zugang zu diesem Markt für andere Unternehmen immer gewahrt. Ist der Faßbiermarkt durch die Bierbezugsverpflichtungen der Gastwirte auch weitgehend blockiert, so ist doch der Flaschenbiermarkt im wesentlichen frei von Bindungen und steht daher allen Brauereien zur Umsatzausweitung offen.²⁾ Der Abschluß von Bierlieferungsverträgen ist also weiterhin zulässig, d.h. die Brauereien haben bei der derzeitigen Handhabung der Ausschließlichkeitsverpflichtung in ihren Darlehens- und Bierlieferungsverträgen keine Eingriffe der Kartellbehörde zu befürchten.³⁾

1) Vgl. Verband Rheinisch-Westfälischer Brauereien e.V., Düsseldorf, Bericht über das Geschäftsjahr 1964, S. 33.

2) Vgl. Düstersiek, Günther, Der Bierlieferungsvertrag und das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen, in: Brauwelt 1961, S. 2197 ff.

3) Vgl. Deutscher Brauer-Bund e.V., Bad Godesberg, Geschäftsbericht 1964 - 1966, S. 33.

III. Der Einfluß der kartellrechtlichen Bestimmungen des EWG-Vertrages auf die Darlehensgewährung der deutschen Brauereien

Ist die im Darlehens- und Bierlieferungsvertrag vereinbarte Verpflichtung des Wirtes zum ausschließlichen Bierbezug von der darlehensgewährenden Brauerei mit dem EWG-Vertrag vereinbar? Artikel 85 dieses Vertrages erklärt:

"Mit dem gemeinsamen Markt unvereinbar und verboten sind alle Vereinbarungen zwischen Unternehmen, Beschlüsse von Unternehmensvereinigungen und aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen, welche den Handel zwischen Mitgliedstaaten zu beeinträchtigen geeignet sind, und eine Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs innerhalb des gemeinsamen Marktes bezwecken oder bewirken ... Die nach diesem Artikel verbotenen Vereinbarungen sind nichtig." ¹⁾

Während das deutsche Kartellrecht vertikale Verträge nur einer Mißbrauchsaufsicht unterstellt, macht der eben zitierte Art. 85 des EWG-Vertrages diesen Unterschied nicht.

Gehen wir einmal davon aus, daß Art. 85 bereits jetzt unmittelbar wirksames nationales Recht gesetzt hat, was nicht unbestritten ist, ²⁾ so ist diese Bestimmung genauso zu beachten wie § 18 GWB. Wohnen beide Partner des Bierlieferungsvertrages im Bundesgebiet, wird Art. 85 EWG-Vertrag keine Anwendung finden, da die Ausschließlichkeitsbindung in diesem Fall den Wirtschaftsverkehr zwischen den EWG-Staaten nicht berührt. Jedoch im Falle eines Bierlieferungsvertrages z.B. zwischen einer deutschen Brauerei und einem belgischen Kunden muß dieser Vertrag die Schranke des nationalen Rechts und die des EWG-Rechts passieren. ³⁾

Die für die Nichtigkeit des Bierlieferungsvertrages nach dem Art. 85 EWG-Vertrag notwendige Beeinträchtigung des zwischenstaatlichen Handels kann ein einzelner Bierlieferungsvertrag nicht bewirken, wohl aber eine Häufung dieser Verträge. Bei der derzeitigen Struktur des europäischen Biermarktes ist dieser Tatbestand des Art. 85 EWG-Vertrag nicht erfüllt. ⁴⁾

1) Zit. nach Meyer, Otto, Kartellrechtliche Aspekte des Bierlieferungsvertrages, a.a.O., S. 780.

2) Vgl. Biergans, Richard, Betrachtungen über aktuelle Probleme, die sich aus dem Vertrag zur Gründung der EWG für das deutsche Braugewerbe ergeben, Nürnberg 1958, S. 14 ff.; Strickrodt, Georg, Die Wettbewerbsregeln für den gemeinsamen Markt, in: Der Betrieb 1957, Beilage Nr. 9 zu Heft 26, S. 6; anders: Meyer, Otto, Kartellrechtliche Aspekte des Bierlieferungsvertrages, a.a.O., S. 781; Günther, Eberhard, Das neue Kartellgesetz und seine Auswirkungen auf die Unternehmen, in: Wirtschaft und Wettbewerb 1957, S. 677 ff.

3) Vgl. Meyer, Otto, Kartellrechtliche Aspekte des Bierlieferungsvertrages, a.a.O., S. 781

4) Vgl. derselbe, Bierlieferungsvertrag und Kartellrecht, in: Tageszeitung für Brauerei 1965, S. 1030.

IV. Wettbewerbsregeln und ähnliche Vereinbarungen

1. Allgemeines

Im Wettbewerb um die Gaststätten, die immer noch mehr als 50 % des Bieres abnehmen, tritt der Preiswettbewerb zugunsten des Kapitalwettbewerbs zurück. Die Brauereien versuchen durch die Gewährung von großzügigen Darlehen zu günstigen Konditionen, durch das Zurverfügungstellen von Leihinventar und die Gewährung von Zuschüssen, den Gastwirt zum Abschluß eines Bierlieferungsvertrages zu gewinnen. Um diese Art des Wettbewerbs vor Auswüchsen zu schützen bzw. um bereits eingerissene Mißstände einzudämmen, haben eine Reihe regionaler Brauereiverbände den Versuch unternommen, zu wettbewerbsregelnden Vereinbarungen zu kommen. Bereits am 23. 4. 1931 wurde der "Rheinisch-Westfälische Brauereivertrag" in Kraft gesetzt, um eine durchgreifende Regelung der gesamten Geschäftsbedingungen aufzustellen und den zum Teil unerträglichen Auswüchsen des Konkurrenzkampfes entgegenzutreten.¹⁾ Neben der Regelung der allgemeinen Geschäftsbedingungen und der Verpflichtung, die Bierpreise einzuhalten, enthielt er für die Mitglieder des Verbandes ein gänzlich Verbot der Anpachtung von Lokalen, sowie eine Regelung und Einschränkung der Darlehensgewährung.

Aber diese in jenen Jahren auch in anderen Teilen Deutschlands aus der Privatinitiative erwachsenden Versuche einer Absatzregelung haben ihr Ziel nicht erreicht. Sie sind über Teillösungen nicht hinausgekommen, teils weil die Interessenunterschiede zu groß waren, teils weil die Durchführung der getroffenen Vereinbarungen an der "Gewissenlosigkeit von Außenseitern scheiterte".¹⁾

In den folgenden Abschnitten sollen nun die von den einzelnen regionalen und überregionalen bundesdeutschen Brauereiverbänden erstellten Wettbewerbsgutachten, Wettbewerbsregeln und die sonstigen Vereinbarungen, die den Kapital- und den Nebenleistungswettbewerb betreffen, untersucht werden, soweit sie eine Beschränkung der Darlehensgewährung an sich bzw. eine Beschränkung der Konditionen der Kundendarlehen zum Ziel haben oder bewirken.

Zunächst ist eine Unterscheidung angebracht zwischen:

1) Vgl: Luther, Hans-Walter, a.a.O., S. 158.

a) Verträgen zwischen Brauereien, die die Regelung des Kapitalverkehrs mit den Kunden zum Ziele haben;

b) Wettbewerbsregeln im Sinne des § 28 GWB;

c) Wettbewerbsregeln oder Wettbewerbsvoten.

ad a) Hier handelt es sich um rechtlich verbindliche Verträge ohne jegliche, auch indirekte Ausstrahlung auf Unternehmen, die dem Vertrag nicht beigetreten sind. Die Erfüllung dieses Vertrages kann vor jedem ordentlichen Gericht eingeklagt werden.

ad b) Die Wettbewerbsregeln im Sinne des § 28 GWB "sind Bestimmungen, die das Verhalten von Unternehmen im Wettbewerb regeln, zu dem Zweck, einem den Grundsätzen des lauterer Wettbewerbs zuwiderlaufenden Verhalten entgegenzuwirken, und ein diesen Grundsätzen entsprechendes Verhalten im Wettbewerb anzuregen".¹⁾ § 1 GWB steht diesbezüglichen Vereinbarungen zwar grundsätzlich entgegen, § 28 gestattet jedoch den Wirtschafts- und Berufsvereinigungen, Wettbewerbsregeln für ihren Bereich aufzustellen. Diese Wettbewerbsregeln können auf Antrag in das Register für Wettbewerbsregeln eingetragen werden. Die Eintragung erfolgt nur, wenn die Regeln der Förderung des lauterer Wettbewerbs dienen.²⁾ Eine Registrierungspflicht besteht nicht.³⁾ Nach § 29 des GWB können Vereinbarungen geschlossen werden, in denen sich die Beteiligten zur Einhaltung von eingetragenen Wettbewerbsregeln verpflichten.

ad c) Die Wettbewerbsgutachten sind im Grunde unverbindliche Empfehlungen, die eine Regelung des Wettbewerbs nur in Verbindung mit einem Schiedsgerichtsvertrag bewirken können. Sie erläutern "Recht kraft Gesetzes, ohne verbindlich kraft Vertrages"⁴⁾ zu sein. Durch einen Schiedsgerichtsvertrag können die daran beteiligten Brauereien ihre im gegenseitigen Wettbewerb auftretenden Rechtsstreitigkeiten wahlweise neben der ordentlichen Gerichtsbarkeit auch durch Schiedsgerichtsverfahren nach §§ 1025 ff ZPO erledigen. Die Wettbewerbsgutachten, die meist erst im Anschluß an derartige Schiedsverträge erstellt

1) § 28 Abs. 2 GWB.

2) Vgl. Müller-Henneberg, Hans-Schwartz, Gustav, Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen, 2. Aufl., Köln 1963, Anm. 50 zu § 28.

3) Vgl. ebenda, Anm. 55 zu § 28.

4) Verband Rheinisch-Westfälischer Brauereien e.V., Düsseldorf, Bericht über das Geschäftsjahr 1955/56, S. 19.

werden, sollen die Vertragsbrauereien über die Auffassung der Schiedsgerichte hinsichtlich der aufgeworfenen Fragen unterrichten, um auf diese Weise Streitigkeiten zu verhindern. Sie sollen den Wettbewerb von Leistungen befreien, die mit einem richtig verstandenen Leistungswettbewerb nichts zu tun haben, ihn vielmehr durch Kapital- und Nebenleistungen von Geld und Zugaben abhängig machen und damit eine Beschränkung des Wettbewerbs herbeiführen.¹⁾

Wettbewerbsgutachten können aber, falls sie die Voraussetzungen des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen erfüllen, als Wettbewerbsregeln im Sinne des § 28 GWB eingetragen werden. Mit der Eintragung ist die unwiderlegbare Vermutung der Zulässigkeit der Wettbewerbsgutachten im Prozeßfalle verbunden,²⁾ d.h. ein Teilnehmer kann bei Verletzung der Regeln sich nicht auf ihre Unzulässigkeit berufen. Bei nicht als Wettbewerbsregeln eingetragenen Gutachten kann dies die schwache Stelle sein.

Die gesetzlichen Vorschriften, die sich mit dem unlauteren Wettbewerb beschäftigen, sind in der Hauptsache das "Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb" (UWG) vom 7. Juni 1909, das "Gesetz über Preisnachlässe" (Rabattgesetz) vom 25. September 1933, die "Zugabeverordnung" vom 9. März 1932, sowie die Vorschriften des BGB und des HGB zur Wahrung der guten Sitten. Der Einfluß dieser Normen auf den Wettbewerb ist nur gering. Sie gewähren den einzelnen Wirtschaftssubjekten nur den allernötigsten Schutz vor den Auswüchsen des Konkurrenzkampfes.³⁾ So war es verständlich, daß die Brauereien unter der Führung ihrer Verbände regional begrenzte Schiedsgerichtsverträge abschlossen und Gutachterausschüsse gründeten, die Gutachten zur Auslegung der Wettbewerbsgesetze und zur Fixierung des Handelsbrauchs aufstellen sollen, oder daß sie Wettbewerbsregeln im Sinne des § 28 GWB aufstellten.

Die Wettbewerbsregeln bzw. Wettbewerbsgutachten wollen vor allem die sog. "graue Zone" des Wettbewerbs erfassen, d.h. die Zone zwischen Lauterkeit und Unlauterkeit. "In die graue Zone fallen diejenigen Wettbewerbshandlungen, die mit Sicherheit weder als lauter noch als unlauter im Sinne des UWG bezeichnet werden können, die etwa als 'unsauber', 'unfair', 'unseriös' oder ähnlich zu bezeichnen sind".⁴⁾

1) Vgl. Verband Rheinisch-Westfälischer Brauereien e.V., Düsseldorf, Bericht über das Geschäftsjahr 1955/56, S. 19.

2) Vgl. Müller-Henneberg-Schwartz, a.a.O., Anm. 57 zu § 28.

3) Vgl. Gruber, Erich, Diss. Würzburg 1958, a.a.O., S. 114.

4) Deutscher Brauer-Bund e.V., Bad Godesberg, Geschäftsbericht 1961 - 1964, S. 30.

Der Nachteil dieser Wettbewerbsregelungen besteht aber darin, daß die Unternehmen, die ihnen bzw. dem damit verknüpften Schiedsgerichtsvertrag nicht beigetreten sind, nicht gebunden sind. Diese Regeln haben also keine Außenseiterwirkung. Sie können nicht für allgemeinverbindlich erklärt werden. Es besteht aber die Möglichkeit, daß durch sie gewisse Handelsbräuche geschaffen werden, die von den Gerichten bei Entscheidungen über Fragen des Leistungswettbewerbs als richtungsweisend zugrundegelegt werden können. Wenn die Gerichte die Wettbewerbsregeln als den Handelsbrauch darstellende Sätze anerkennen, kann jeder, der gegen eine derartige Regel verstößt, wegen Verletzung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb in Anspruch genommen werden. Auf diese Weise werden dann auch die Außenseiter erfaßt. Erkennt aber ein Gericht die Wettbewerbsgutachten oder die eingetragenen Wettbewerbsregeln nicht an, so kann auch ein Unterzeichner des mit diesen Regeln verbundenen Schiedsgerichtsvertrages durch ein ordentliches Gericht nicht belangt werden.

2. Die den Wettbewerb regelnden Vereinbarungen in Nordrhein-Westfalen

In Nordrhein-Westfalen gibt es zwei derartige Vereinbarungen zwischen den Brauereien, die klar auseinander gehalten werden müssen. Einmal die "Vereinbarung über Darlehens- und Kreditgewährung an die Kundschaft, Anpachtung und Ankauf von Absatzstätten" und zweitens den "Schiedsgerichts- und Gutachtervertrag". Die Vereinbarung über die Darlehensgewährung ist ein Vertrag von der unter a) im letzten Kapitel erläuterten Art, zur Bekämpfung des Kapitalwettbewerbs, insbesondere der übertriebenen Darlehensgewährung. Das Wesen eines Schiedsgerichts- und Gutachtervertrages wurde unter c) im letzten Kapitel erläutert.

Die Darlehens- und Anpachtungsvereinbarung ¹⁾ besteht in ihren Grundzügen bereits seit November 1951. Der Kreis der beteiligten Brauereien umfaßt im Jahre 1966 97 Betriebe in Nordrhein-Westfalen. Der Anteil der Vertragsbrauereien am Bierausstoß dieses Bundeslandes betrug 89,6 %. Von den Biergroßhändlern Nordrhein-Westfalens ist diesem Vertrag aber keiner beigetreten. "Das führt in Einzelfällen zu Schwierigkeiten, die sich leider zugunsten des Kapitalwettbewerbs auswirken."²⁾

1) Siehe Anhang I

2) Bernhard, Walter, Möglichkeiten zur Ordnung des Biermarktes, in: Der Betriebsberater 1962, Beilage zu Heft 18, S. 2.

Diese Darlehens- und Anpachtungsvereinbarung will und soll die Darlehens-, Inventar-, Pacht- und Bierlieferungsverträge nicht überflüssig machen, sondern sie nur in einem angemessenen Rahmen beschränken.¹⁾ Sie sieht vor, daß Darlehen nur an Kunden gegeben werden dürfen, die seit zwei Jahren regelmäßig beliefert werden und dann auch nur bis zur Höhe einer Halbjahreslieferung. Bei neuen Absatzstätten, d.h. bisher - auch an anderer Stelle - nicht bestehende Ausschänke oder Verkaufsstellen von Bier, dürfen Darlehen gegeben werden bis zum Werte des mobilen Großinventars für die Gaststätte. Ferner ist es verboten, Bürgschaften für Darlehen zu gewähren, Zahlungsziele über das bisherige Maß einzuräumen, sowie den Kunden Inventar leihweise zu überlassen; kurzgesagt, sämtliche Umgehungsmöglichkeiten dieser Einschränkung der Darlehensgewährung sind mit der Unterzeichnung des Vertrages nicht vereinbar.

Darlehen an Verleger dürfen nur für Zwecke ihres Betriebes, nicht aber zur Weitergabe an Kunden gegeben werden. Diese in der Darlehensvereinbarung angemerkte protokollarische Feststellung ist m. E. praktisch ohne Bedeutung, da eine Brauerei nicht nachprüfen kann, für welche Zwecke der Verleger das erhaltenen Geld verwendet. Außerdem kann sich der Verleger mit Hilfe der von der Brauerei finanzierten betrieblichen Investitionen freie Mittel für die Finanzierung von Absatzstätten schaffen. Es werden ihm damit indirekt Mittel für die Darlehensgewährung zur Verfügung gestellt.

Die Darlehensvereinbarung räumt den Vertragsbrauereien Handlungsfreiheit ein bei Absatzstätten, die von Außenseitern, d.h. Nichtvertragsbrauereien, beliefert werden. Enthielte der Vertrag diese Klausel nicht, würde er zu einer krasen Benachteiligung der Brauereien führen, die der Vereinbarung beigetreten sind. So aber können sie im Wettbewerb mit den Außenseitern zu denselben Mitteln greifen wie diese, wenn es erforderlich sein sollte.

In zwei Prozessen zwischen Vertragsbrauereien hat sich das Oberlandesgericht Hamm mit der Vereinbarung befaßt²⁾ und ihre rechtliche Zulässigkeit nach der damals gültigen alliierten Kartellverordnung bejaht. Durch Inkrafttreten des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschrän-

1) Verband Rheinisch-Westfälischer Brauereien e.V., Düsseldorf, Bericht über das Geschäftsjahr 1959, S. 28.

2) OLG Hamm, 2 U 82/57 und 86/57, v. 17. 12. 1957 rk, zit. nach: Verband Rheinisch-Westfälischer Brauereien e.V., Düsseldorf, Bericht über das Geschäftsjahr 1958, S. 19.

kungen im Jahre 1958 hat sich die Rechtslage nicht geändert. Die Vereinbarung fällt also nicht unter das Verbot des § 1 GWB, denn sie beschränkt den Wettbewerb nicht, sondern befreit ihn vielmehr von Bindungen, da sie die Darlehensgewährung und dadurch die damit verbundene Ausschnießlichkeitsbindung in Grenzen hält.

Rechtsstreitigkeiten, die sich auf Grund der Vereinbarung ergeben, können warlweise neben der ordentlichen Gerichtsbarkeit auch durch Schiedsgerichtsverfahren nach §§ 1025 ff ZPO erledigt werden, falls sich die beteiligten Brauereien hierauf einlassen. Das Schiedsgericht besteht aus zwei Brauereileitern als Beisitzer und einem zum Richteramt befähigten Juristen als Vorsitzenden. Die Beisitzer werden von den Parteien ernannt, dürfen aber an ihnen - auch mittelbar - nicht interessiert sein. Es können aber keine Zweifel darüber bestehen, daß jede Partei einen ihr wohlgesinnten Beisitzer wählen wird. Die Objektivität des Schiedsspruches ist deshalb aber noch nicht gefährdet, da die Stimme des unparteiischen Vorsitzenden den Ausschlag gibt.

Die "Vereinbarung über Darlehens- und Kreditgewährung an die Kundschaft, Anpachtung und Ankauf von Absatzstätten" hat sich nach Aussage des Geschäftsführers des Verbandes Rheinisch-Westfälischer Brauereien sehr bewährt. Sie hat den beteiligten Brauereien bedeutend mehr Vorteile als Nachteile gebracht, da diese Unternehmen durch die Einsparung finanzieller Mittel bei der Darlehensgewährung dieses Geld freibekamen für die Finanzierung von innerbetrieblichen Modernisierungs- und Erweiterungsinvestitionen.

Es taucht die Vermutung auf, daß die bei den nordrhein-westfälischen Vertragsbrauereien durch die Verringerung der Darlehensgewährung freiwerdenden Mittel nicht für die beschriebenen innerbetrieblichen Investitionen verwendet werden, sondern daß sie zur Gewinnung von Absatzstätten dienen, die von Brauereien beliefert werden, die nicht der Vereinbarung beigetreten sind. Betroffen wären die nordrhein-westfälischen Außenseiter wie auch die Brauereien der angrenzenden Bundesländer. Da die Umsatzentwicklung der großen rheinisch-westfälischen Brauereien in den letzten Jahren in den angrenzenden Bundesländern recht gute Fortschritte machte, kann diese Vermutung nicht ganz entkräftet werden. Die Vertragsbrauereien haben zweifellos einen Teil der durch die Darlehensvereinbarung freigewordenen Mittel zu verstärkter Kreditgewährung in den anderen Bundesländern verwendet, da sie dort nicht so sehr im gegenseitigen Wettbewerb stehen. Sie konnten auf diese Weise sicher

hin und wieder ein besonders günstiges Darlehensangebot machen und dadurch umsatzstarke Absatzstätten gewinnen. Sehr stark kann diese Aktivität gegenüber den Außenseitern aber nicht gewesen sein, denn wie aus Tabelle 16 ¹⁾ ersichtlich ist, haben sich die Darlehensforderungen pro Hektoliter Ausstoß der Brauereien in Nordrhein-Westfalen in den letzten Jahren verringert, während sie bei den Brauereien in den angrenzenden Bundesländern Niedersachsen, Hessen und Rheinland-Pfalz angestiegen sind.

Die Wirksamkeit der Vereinbarung wird aber in manchen Fällen durch die gegenseitige Duldung von Vertragsverletzungen gemindert. Um dies möglichst zu verhindern, erwägt man in Nordrhein-Westfalen, in den Darlehensvertrag eine Frist für das Geltendmachen der Ansprüche durch die geschädigte Brauerei einzufügen. Diese Frist dürfte bei sechs Monaten liegen. Sie soll verhindern, daß Mitgliedsbrauereien, die Verletzungen anderer am Vertrag beteiligter Brauereien beobachten, diesen Fall nicht vor das Schiedsgericht bringen, sondern die Beweise in der Schublade aufbewahren. Verstößen sie eventuell später selbst einmal gegen die Vereinbarung, dann soll die andere Brauerei durch Entgegenhalten ihrer früheren Verstöße von einer Anzeige abgehalten werden. Das Einführen der Frist für die Geltendmachung der Ansprüche soll dieser unsauberen Praxis Einhalt gebieten.

M. E. wird dadurch zwar die Möglichkeit des gegenseitigen Ausspielens verringert, wenn auch nicht ganz vermieden. Das Hauptproblem aber, die stillschweigende Duldung von Vertragsverletzungen, wird kaum berührt. All diese den Wettbewerb regelnden Vereinbarungen werden in ihrer Wirksamkeit dadurch gehemmt, daß fast keine beteiligte Brauerei durch die Anzeige eines wettbewerbswidrigen Fehlverhaltens einer anderen Brauerei ein meist gutes nachbarliches Verhältnis zu diesem Unternehmen zerstören will. Wird die Verfehlung des Nachbarn aber nicht angezeigt, so gestattet man sich auch selbst ab und zu eine eigentlich vertragswidrige Leistung an die Kundschaft. Um aus diesem Teufelskreis herauszukommen, bedarf es einer gehörigen Portion guten Willens bei allen Beteiligten, was heute leider noch nicht überall angenommen werden kann.

Warum haben die Brauereien der übrigen Bundesländer nicht einen ähnlichen Vertrag abgeschlossen bzw. warum sind sie der Vereinbarung der Westdeutschen nicht beigetreten?

Der Hauptgrund dürfte wahrscheinlich nicht in der Angst vor der eben erläuterten oftmals auftretenden Wirkungslosigkeit einer solchen Vereinbarung gelegen haben, sondern in dem

1) Siehe S. 167.

Unvermögen, sich zu einer derartig einschneidenden, im Endeffekt aber für alle Beteiligten positiven Vereinbarung durchzuringen. Die Angst besonders der in Süddeutschland noch recht zahlreichen Mittelstandsbrauereien, dadurch eine ihrer Existenzgrundlagen, den Bierlieferungsvertrag, zu verlieren, ist ebenso groß wie unbegründet. Eine Vereinbarung zur Begrenzung der Darlehensgewährung beschneidet die Vorteile, die die großen Brauereien auf Grund ihrer Kapitalkraft den kleineren Unternehmen gegenüber haben. Sie ist also bei konsequenter Durchführung eine Hilfe gerade für die Klein- und Mittelbrauereien.

Diese Darlehensvereinbarung ist aber nicht die einzige Maßnahme, die die nordrhein-westfälischen Brauereien zur Dämpfung des Kapitalwettbewerbs getroffen haben. Am 1. 12. 1950 haben sie einen "Schiedsgerichts- und Gutachtervertrag" abgeschlossen, durch den Rechtsstreitigkeiten zwischen den Vertragsbrauereien im gegenseitigen Wettbewerb wahr- weise neben der ordentlichen Gerichtsbarkeit auch durch Schiedsgerichtsverfahren erledigt werden können. Nach Angaben des Verbandes Rheinisch-Westfälischer Brauereien waren Anfang 1966 97 Brauereien an diesem Vertrag beteiligt. Ihr Anteil am Ausstoß in Nordrhein-Westfalen betrug 96,3 %.

In Ziff. 9 dieses Vertrages heißt es:

"Um die Arbeiten der Schiedsinstanzen und auch der ordentlichen Gerichte in Wettbewerbsstreitigkeiten der Brauereien zu unterstützen oder solche Streitigkeiten zu verhindern, kann ein Gutachterausschuß zu Wettbewerbsfragen auf Grund der in Ziff. 1 genannten Gesetze und der Handelsüblichkeit angegangen werden ... Der Gutachterausschuß besteht aus drei von der Delegiertenversammlung aus den drei Größengruppen gewählten Brauereileitern als Beisitzer und einem vom Präsidenten des OLG Köln benannten Richter als Vorsitzenden."

Bis zum Jahre 1964 erstattete dieser Gutachterausschuß dreißig Gutachten,¹⁾ von denen sich einige indirekt auch mit der Darlehensgewährung befassen. Durch den fast gleichzeitig erfolgten Abschluß der "Vereinbarung über Darlehens- und Kreditgewährung", an dem im großen und ganzen die gleichen Unternehmen beteiligt sind, die auch den Schiedsgerichts- und Gutachtervertrag geschlossen haben, wird die Darlehensgewährung in Wettbewerbsgutachten direkt überhaupt nicht behandelt. Die Darlehensgewährung wird durch folgende Gutachten berührt:

Gutachten Nr. 1: "a fonds perdu Geldbeträge, die im Wettbewerb gegeben werden, sind als wettbewerbswidrige und verbotene Leistungen anzusehen. Hierunter fallen auch zinslose Darlehen."

1) Siehe Anhang II

Unter dem Begriff "a fonds perdu Geldbeträge" versteht man in Nordrhein-Westfalen auch die sog. "Abschreibungsdarlehen", d.h. Darlehen, die der Darlehensnehmer nicht zurückzahlen muß, sondern die die Brauerei entweder zeitlich oder umsatzmäßig, d.h. pro Hektoliter Bierabnahme abschreibt.¹⁾

Gutachten Nr. 4 sagt über die Verzinsung der Darlehen:

"Zinsverbilligte Darlehen sind im allgemeinen solche, deren Zinssatz unter den jeweils handelsüblichen Zinsen liegt. Als handelsüblich sind Zinsen zu bezeichnen, die mit mindestens 2 % über Landesdiskontsatz angesetzt sind."

Wie begründet ein derartiges Gutachten ist, kann man nur ermessen, wenn man die niedrigen Zinssätze kennt, die z.B. die bayerischen Brauereien für ihre Darlehen erhalten, wenn sie nicht sogar gezwungen sind, das Darlehen aus Wettbewerbsgründen zinslos zu gewähren. In Nordrhein-Westfalen liegt der Durchschnittszinssatz, den die Brauereien für ihre Kundendarlehen geltend machen können, ungefähr doppelt so hoch wie in Süddeutschland.

Vier Gutachten beschäftigen sich mit dem Bierlieferungsvertrag, von denen das Gutachten Nr. 2, das die Respektierung von Bierlieferungsverträgen bei Nachweis ihres Bestehens verlangt, das Grundlegendste ist.

Gruber²⁾ führt die Tatsache, daß ausgerechnet der Verband Rheinisch-Westfälischer Brauereien als erster der regionalen deutschen Brauerverbände die Regelung des Nebenleistungswettbewerbs in Angriff genommen hat, darauf zurück, daß die Brauereien in diesem Gebiet nach dem Krieg sehr schnell wieder in ihre volle Kapazitätsausnutzung hineingewachsen sind. Aus diesem Grund waren sie am ehesten zum Abschluß von Verträgen bereit, die ihre Bewegungsfreiheit auf dem Markt einschränkten.

Andere Gründe haben sicher auch eine Rolle gespielt, wie z.B. die beherrschende Marktmacht der großen westfälischen Brauereien in ihrem Bundesland und über dessen Grenzen hinaus. Im Fahrwasser der großen fiel es dann den kleinen Brauereien nicht so schwer, dem Schiedsgerichts- und Gutachtervertrag beizutreten.

1) Vgl. dazu Kapitel D III 1, S. 89 ff.

2) Vgl. Gruber, Erich, Diss. Würzburg 1958, a.a.O., S. 115.

3. Die Wettbewerbsregeln des Brauereiverbandes von Niedersachsen¹⁾

Für Niedersachsen hat der regionale Brauereiverband Wettbewerbsregeln im Sinne des § 28 GWB aufgestellt, mit denen auch eine verbindliche Verpflichtung zur Einhaltung dieser Wettbewerbsregeln (§ 29 GWB) verbunden ist. Außerdem wurde ein Schiedsgerichts- und Gutachtervertrag abgeschlossen. Die Wettbewerbsregeln des niedersächsischen Brauereiverbandes setzen sich nicht direkt mit der Darlehensgewährung auseinander, sie regeln aber unter anderem den Abschluß von Bier- und Getränkelieferungsverträgen, sowie die als unzulässig anzusehenden Nebenleistungen. § 2 der niedersächsischen Wettbewerbsregeln, der sich mit dem Bierlieferungsvertrag beschäftigt, lautet:

"(1) Verleitung zum Vertragsbruch und sittenwidrige Ausnutzung fremden Vertragsbruchs sind unzulässig.

(2) Bier- und Getränkelieferungsverträge sind zu respektieren. Anschlußverträge anderer Brauereien dürfen frühestens 6 Monate vor Ablauf eines noch laufenden Vertrages abgeschlossen werden.

Hat eine Brauerei dennoch einen Bier- und Getränkelieferungsvertrag geschlossen, der die Erfüllung eines früher abgeschlossenen Vertrages einer anderen Brauerei beeinträchtigt, so hat sie auf eine Lösung oder Änderung ihres Vertrages hinzuwirken. Das Respektierungsgebot gilt nicht, wenn die ordentlichen Gerichte oder Schiedsinstanzen die Nichtigkeit des früher abgeschlossenen Vertrages festgestellt haben, dieser nach § 18 GWB unwirksam erklärt worden ist und nach sorgfältiger rechtlicher Prüfung von seiner Nichtigkeit ohne weiteres ausgegangen werden kann."

Interessant ist die Bestimmung, die Anschlußverträge anderer Brauereien frühestens sechs Monate vor Ablauf eines noch bestehenden Vertrages zuläßt. Sie soll verhindern, daß Brauereien durch frühzeitigen Abschluß von Anschluß-Bierlieferungsverträgen ein noch lange nicht beendetes Vertragsverhältnis ihrer Konkurrenten beeinflussen. Das Verhältnis des Kunden zu seiner derzeitigen Lieferbrauerei wird, obwohl der Anschlußvertrag der anderen Brauerei erst nach Beendigung des bestehenden Bierlieferungsvertrages wirksam werden kann, bereits mit dem Abschluß des Anschlußvertrages gestört. Der Kunde wird sich nicht mehr mit ganzem Herzen für den Verkauf der Erzeugnisse einsetzen, zu deren Bezug er z. Zt. noch verpflichtet ist. Er wird bereits den Boden für den Verkauf des Bieres der zukünftigen Lieferbrauerei präparieren. Desgleichen wird die Brauerei, die diese Absatzstätte in einiger Zeit verlieren wird, wenig Interesse an einer weiteren Unterstützung haben. Darüberhinaus soll das Verbot

1) Siehe Anhang III.

des frühzeitigen Abschlusses von Anschlußverträgen den Lieferantenwechsel der Absatzstätte einschränken und dadurch die Position des Bierlieferungsvertrages als Absatzsicherungsmittel stärken.

§ 4 der niedersächsischen Wettbewerbsregeln befaßt sich mit den unzulässigen Nebenleistungen:

"Im Interesse der Förderung des Leistungswettbewerbs sind nachstehende Nebenleistungen unzulässig:

1. der Verzicht, berechnetes Flaschen- und Kastenpfand nach kaufmännischen Grundsätzen zu realisieren;
2. verlorene Geldleistungen sowie Gewährung von Darlehen, die zinslos oder zu einem Zinssatz an Kunden gegeben werden, der die üblichen Bankzinsen wesentlich unterschreitet;
3. die unentgeltliche Gestellung von Büffet-Kühlanlagen sowie Eis an Abnehmer;
4. die unentgeltliche Gestellung von Fernsengeräten oder ähnlichen, der Unterhaltung der Gäste dienenden Geräten;
5. die unentgeltliche Gestellung von Zelten, Tischen, Stühlen sowie deren An- bzw. Abtransport aus Anlaß besonderer Festlichkeiten;
6. Finanzierung von Reisen der Kunden, auch zum Besuch der Brauerei.

Die Zulässigkeit oder Unzulässigkeit anderer Nebenleistungen richtet sich nach der Zugabe-VO."

Mit der Darlehensgewährung befaßt sich also nur die Nr. 2 des § 4 der niedersächsischen Wettbewerbsregeln. Diese Bestimmung verbietet die Gewährung von zinslosen und unternormal verzinslichen Darlehen, versäumt es aber, den Zinssatz, der mindestens verlangt werden muß, genau zu fixieren. Sie spricht lediglich davon, daß der Zinssatz, den die Kunden zu entrichten haben, die üblichen Bankzinsen nicht wesentlich unterschreiten darf. Der Begriff "wesentlich" wird aber leider nicht näher erläutert, was der Bestimmung etwas von ihrer Durchschlagskraft nimmt.

Energisch bekämpft werden aber alle anderen unentgeltlichen Nebenleistungen der Brauereien. Dadurch wird der Kapitalwettbewerb auf dem Biermarkt ganz auf das Gebiet der Darlehensgewährung eingeschränkt bzw. konzentriert. Der nächste Schritt der niedersächsischen Brauereien müßte nun in der Schaffung eines Wettbewerbsgutachtens bestehen, das die Begrenzung der Darlehensgewährung zum Inhalt hat. Dies wäre notwendig, um nach der Abschaffung des hohle Kosten verursachenden Nebenleistungswettbewerbs und der damit verbundenen Verlagerung auf den Kapitalwettbewerb, d.h. auf die kapitalintensive Darlehensgewährung, auch diese in geregelte Bahnen zu lenken.

Auf Grund der Empfehlung einer Kommission des Deutschen Brauer-Bundes haben der Verband Rheinisch-Westfälischer Brauereien, der Wirtschaftsverband Berliner Brauereien, bedingt die Bremer Brauer-Sozietät und der Hessische Brauerbund, sowie der Verband Bayerischer Versandbrauereien ihre Bereitschaft zur Beachtung der Wettbewerbsregeln für den Wettbewerb in Niedersachsen zugesagt. Auch die niedersächsischen Biergroßhändler haben ihre Bereitschaft zur Mitarbeit bei dieser Vereinbarung zu verstehen gegeben.¹⁾ Aber erst wenn auch die übrigen brauwirtschaftlichen Nachbarverbände diese nun schon seit fast drei Jahren im Kartellregister eingetragenen Wettbewerbsregeln akzeptieren, können sie in der Wettbewerbspraxis wirksam angewendet werden.

Am 4. 2. 1966 hat die saarländische Kartellbehörde die vom Verband der Brauereien des Saarlandes angemeldeten Regeln in das Kartellregister eingetragen. Sie stimmen inhaltlich im wesentlichen mit denen des Verbandes der Brauereien von Niedersachsen überein.¹⁾ Die saarländischen Brauereien haben sich vertraglich zur Einhaltung der Regeln verpflichtet.

4. Sonstige Versuche zur Regelung des Kapital- und Nebenleistungswettbewerbs

Am 12. 9. 1950 haben auch die Brauereien in Baden-Württemberg einen Schiedsgerichtsvertrag geschlossen, nach dem sie ihre im gegenseitigen Wettbewerb auftretenden Streitigkeiten, wahlweise neben der ordentlichen Gerichtsbarkeit, auch im Schiedsgerichtsverfahren erledigen können.²⁾ Auch hier haben Gutachterausschüsse über erlaubte oder unerlaubte Leistungen bzw. Handlungen im Wettbewerb Gutachten erstattet. Im Sommer 1964 hat der "Baden-Württembergische Brauerbund e.V." und die "Landesinnung der Klein- und Mittelbrauereien Baden-Württemberg" diese Wettbewerbsgutachten als Wettbewerbsregeln im Sinne des § 28 GWB angemeldet,³⁾ mit deren Eintragung ins Kartellregister demnächst gerechnet werden kann. § 4 dieser Wettbewerbsregeln beschäftigt sich mit der Darlehensgewährung:

Absatz 1: "Im Interesse der Förderung des Leistungswettbewerbs sind nachstehende Nebenleistungen unzulässig:

1) Vgl. Deutscher Brauer-Bund e.V., Bad Godesberg, Geschäftsbericht 1964 - 1966, S. 31.

2) Vgl. Seibold, Hans-Jürgen, a.a.O., S. 168.

3) Vgl. Bekanntmachung Nr. 2/64, veröffentlicht vom Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg, im Bundesanzeiger Nr. 177 vom 23.9.1964.

1. ...

2. verlorene Geldleistungen, Pachtzuschüsse und verlorene Inventargestellungen;
3. die Gewährung von Darlehen, die Übernahme von Bürgschaften und die Gestellung von Inventar, soweit der Wert der Zuwendungen insgesamt mehr als die Hälfte des Werts des durch den Kunden in den letzten zwei Jahren bezogenen Bieres beträgt; für Teilkunden gilt Entsprechendes;
4. die Gewährung von Darlehen, die zinslos oder zu einem Zinssatz gegeben werden, der 1 % über Landeszentralbank-Diskontsatz unterschreitet."

Absatz 2: "Bei neuen Absatzstätten, also bisher nicht bestehenden Ausschänken oder Verkaufsstellen für Bier und Absatzstätten, die noch nicht zwei Jahre beliefert werden, ist in entsprechender Anwendung von Absatz 1 Nr. 3 der nach vorsichtiger Schätzung zu erwartende Verbrauch des Kunden zugrunde zu legen."

Absatz 3: "Zuwendungen im Rahmen von Absatz 1 Nr. 3 dürfen im Laufe von fünf Jahren nicht wiederholt werden."

Vergleicht man diese Bestimmungen mit der Vereinbarung über die Darlehensgewährung von Nordrhein-Westfalen, so hat man in etwa einen Vergleichsmaßstab für die Unterschiedlichkeit der Darlehensgewährung im Norden und im Süden Deutschlands. Die Höhe der den Vertragsbrauereien gestatteten Darlehenssumme bei den bereits belieferten Kunden ist in Nordrhein-Westfalen auf den Wert einer Halbjahreslieferung festgesetzt, in Baden-Württemberg dagegen kann die Brauerei ihrem Kunden ein Darlehen in Höhe der Hälfte des Wertes einer Zweijahreslieferung geben. Das ist der doppelte Betrag wie in Nordrhein-Westfalen. Geht man von einer großen Gaststätte mit einem Jahresumsatz von 300 ml aus, so ergibt das für Baden-Württemberg, legt man einen Bierpreis von 80, --DM/ml zugrunde, eine maximale Darlehenshöhe von 24.000, -- DM. Dieses Darlehen darf alle fünf Jahre gegeben werden. Kann es von einer wesentlichen Beschränkung der Darlehensgewährung gesprochen werden?

Typisch für das Verhältnis zwischen Gastwirt und Brauerei in Süddeutschland ist das Wort "Zuwendungen", das in der oben angeführten Ziffer 3 des § 4 der Wettbewerbsregeln von Baden-Württemberg gebraucht wird. Die Darlehensgewährung wird also mit der Gestellung von Inventar und der Übernahme von Bürgschaften zusammen als "Zuwendungen" betrachtet, deren Gesamtbetrag die angegebene Maximalhöhe nicht überschreiten darf. Im Norden und Westen Deutschlands sind diese Leistungen der Brauerei, besonders die leihweise Inventargestellung, nicht üblich; sie werden deshalb in Vereinbarungen über den Kapital- und Nebenleistungswettbewerb auch untersagt. Wie fest sie aber in Süddeutschland eingebürgert

sind, zeigt, daß sie sogar in die Wettbewerbsregeln als Handelsbrauch aufgenommen werden.

Auch der Hessische Brauer-Bund hat im Zeitraum vom 9. 6. 1951 bis zum 12. 4. 1954 sieben Wettbewerbsgutachten aufgestellt,¹⁾ die sich unter anderem auch mit den Nebenleistungen der Brauereien (à fonds perdu Leistungen, Gratislieferungen, Gestellung von elektrischen Kuhlantagen und Fernsehapparaten) und mit der Beachtung von Bierlieferungsverträgen befassen. Grundlage für die Erstellung dieser Gutachten war ein im Jahre 1951 von den hessischen Brauereien geschlossener Schiedsgerichts- und Gutachtervertrag. Von einer Anmeldung dieser Gutachten als Wettbewerbsregeln im Sinne des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen ist bisher noch nichts bekannt.

Dem Beispiel anderer Landesverbände folgend, hat auch der Bayerische Brauer-Bund seinen Mitgliedern zu Beginn der fünfziger Jahre den Abschluß einer Schiedsgerichts- und Gutachtervereinbarung empfohlen. Leider hat sich aber nur die Hälfte der Mitglieder des Bayerischen Brauer-Bundes, die 60 % des bayerischen Bierausstoßes vertreten, entschlossen, die Vereinbarung zu unterzeichnen.²⁾

Am 22. Juni 1954 wurde vom Gutachterausschuß der Bayerischen Vertragsbrauereien das erste Wettbewerbsgutachten aufgestellt, das sich mit der Beachtung von Bierlieferungsverträgen befaßt. In den folgenden Jahren kamen lediglich noch zwei weiteren Gutachten dazu, was zweifellos auf die durch die große Anzahl der Außenseiter bedingte Mutlosigkeit der Vertragsbrauereien zurückzuführen ist.

Nachdem dieser Schiedsgerichts- und Gutachtervereinbarung in Bayern kein Erfolg beschieden war, unterbreitete der Bayerische Brauer-Bund seinen Mitgliedern im November 1959 einen anderen Vorschlag.³⁾ Er bat sie, über eine Vereinbarung abzustimmen, die grundsätzlich vorsah, der Kundschaft keine Darlehen anzubieten. Eine Ausnahme bei "alten Kunden" sollten Darlehen bis zum Betrage einer Halbjahreslieferung und bei neuen Absatzstätten Darlehen bis zum Werte des beweglichen Großinventars bilden. Diese Vereinbarung lehnte sich also bewußt an die "Vereinbarung über Darlehens- und Kreditgewährung"

1) Siehe Anhang IV.

2) Vgl. Bayerischer Brauer-Bund e.V., München, Geschäftsbericht 1953/54, S. 36.

3) Vgl. derselbe, Geschäftsbericht 1958/59 und 1959/60, S. 56.

in Nordrhein-Westfalen an. Außerdem enthielt sie die Bestimmung, Absatzstätten weder anzupachten noch anzukaufen, abgesehen von festumrissenen Ausnahmefällen. Für die Durchführung im einzelnen war ein Schiedsgerichtsvertrag vorbereitet.

Nur etwa die Hälfte der bayerischen Brauereien war bereit, sich an der vorgeschlagenen Vereinbarung zu beteiligen. "Bei 50 % Außenseiterbrauereien ist der Vertrag jedoch nicht praktikabel."¹⁾

Nach diesen Mißerfolgen will nun der Bayerische Brauer-Bund, nach entsprechender Beratung und Abstimmung in seinen Gremien, an die Ausarbeitung von Wettbewerbsregeln im Sinne des § 28 GWB herantreten. Zuvor will man in Bayern aber das Schicksal des Entwurfs der Wettbewerbsregeln des Baden-Württembergischen Brauer-Bundes abwarten.²⁾

Der Deutsche Brauer-Bund als Kopfororganisation der einzelnen Landesverbände hat durch seinen Wettbewerbsausschuß Voten aufstellen lassen, die den Gerichten, besonders in den Bundesländern, in denen die Landesverbände noch keine Wettbewerbsregeln oder ähnliche Vereinbarungen getroffen haben, bei Wettbewerbsstreitigkeiten zwischen Brauereien als Anhaltspunkt für die Ermittlung des Handelsbrauches dienen können. Außerdem sollen sie auch als Grundlage für die Aufstellung von Wettbewerbsregeln im Sinne des § 28 GWB seitens einzelner Mitgliedsverbände des Deutschen Brauer-Bundes angesehen werden. Die Anmeldung von solchen Wettbewerbsregeln auf Bundesebene erschien dem Deutschen Brauer-Bund bisher nicht opportun.³⁾

Die Wettbewerbsvoten des Deutschen Brauer-Bundes haben aber außer der oben angeführten Darstellung der Handelsbräuche als Anhaltspunkt für die Gerichte keinerlei verbindlichen Charakter, da mit ihnen weder die Unterzeichnung irgendeiner bindenden Vereinbarung noch ein Schiedsgerichtsvertrag verknüpft ist. Sie appellieren lediglich an den guten Willen der deutschen Brauereien zur Schaffung eines gesunden Wettbewerbsklimas.

Mit der Darlehensgewährung befaßt sich nur die Nr. 9 dieser Wettbewerbsvoten:

"Angebote in der Öffentlichkeit zur Anpachtung von Gaststätten als Spezialausschänke und zur Darlehensgewährung sind unangebracht."

1) Vgl. Bayerischer Brauer-Bund e.V., München, Geschäftsbericht 1958/59 und 1959/60 S. 56.

2) Vgl. derselbe, Geschäftsbericht 1964/65, S. 65.

3) Vgl. Deutscher Brauer-Bund e.V., Bad Godesberg, Geschäftsbericht 1959 - 1961, S. 46.

Auch wenn man die Schwierigkeiten berücksichtigt, mit denen der Deutsche Brauer-Bund konfrontiert ist, wenn er bei den bestehenden regionalen Unterschieden durch die Aufstellung von Wettbewerbsvoten die für ganz Deutschland gültigen Handelsbräuche niedergelegen will, so ist doch zu sagen, daß das Ergebnis, soweit es die Darlehensgewährung betrifft, nicht befriedigen kann.

Der Deutsche Brauer-Bund unternahm aber noch einen anderen Versuch zur Einschränkung übertriebener Darlehensgewährung. Am 7. 2. 1961 kam er in München mit der deutschen Hotel- und Gaststättenvereinigung ("DeHoGa") nach schwierigen Verhandlungen zu einer Vereinbarung über die Darlehensgewährung. Beide Organisationen empfahlen ihren Mitgliedern, in künftigen Darlehens- und Bierlieferungsverträgen eine feste Relation zwischen dem Darlehensbetrag und der Bindung des Gastwirtes einzunehmen. Der Gastwirt sollte sich für 8, -- DM Darlehen zur Abnahme eines Hektoliters Bier verpflichten.

Diese 8 : 1-Relation war das Ergebnis eines Kompromisses, auf den man sich geeinigt hatte, nachdem der Deutsche Brauer-Bund von einem Verhältnis 5 : 1 und die Gaststättenvereinigung von 10 : 1 ausgegangen war.¹⁾ Das Bemerkenswerte an diesem Vorschlag ist, daß er die Bierbezugsverpflichtung nicht zeitlich fixierte, wie es heute noch überwiegend üblich ist, sondern daß den Vertragspartnern eine mengenmäßige Bindung vorschwebte.

Die Empfehlung galt in ihrem Wortlaut nach nur für Darlehens- und Bierlieferungsverträge. Bei Verträgen über Sachleistungen an Stelle einer Geldleistung, wie etwa bei einem mit einer Inventarüberlassung gekoppelten Bierlieferungsvertrag, hätten die Parteien auch anders verfahren können.¹⁾ Es stand ihnen aber frei, den Wert des Inventars einem Darlehen gleichzusetzen, um auf diese Weise die der 8 : 1-Relation entsprechende mengenmäßige Abnahmeverpflichtung des Wirtes zu ermitteln. Der Praxis sollten genügend Möglichkeiten bleiben, um besonderen Einzelfällen gerecht zu werden.¹⁾

Diese Vereinbarung wurde vom Zentralverband deutscher Mittelstandsbrauereien nicht gebilligt.²⁾ Dieser Verband, der nicht dem Deutschen Brauer-Bund eingegliedert ist, ging

1) Vgl. Verband Rheinisch-Westfälischer Brauereien e.V., Düsseldorf, Bericht über das Geschäftsjahr 1961, S. 28 ff.

2) Vgl. Landesverband bayerischer Mittelstandsbrauereien e.V., München, Geschäftsbericht 1962/63, S. 67.

bei seiner Ablehnung davon aus, daß ein Verband einen Handelsbrauch nicht festlegen kann, erst recht nicht einen Handelsbrauch, der keiner ist, wie es bei der 8 : 1 - Relation der Fall ist. Handelsbräuche müßten aus den tatsächlichen Gegebenheiten entstehen. Weiter führte er aus, daß die Brauereien meist noch eine Reihe anderer Zugeständnisse machen, die von der Regelung nicht erfaßt werden. Der Verband der Mittelstandsbrauereien befürchtete wahrscheinlich und das sicher nicht zu Unrecht, daß es nach Wirksamwerden der Vereinbarung lediglich zu einer Verlagerung des Wettbewerbs vom Darlehen auf andere Nebenleistungen kommen würde. Da aber in allen regionalen Brauerverbänden Bestrebungen im Gange sind, diese Nebenleistungen, wie z.B. verlorene Zuschüsse, Leihinventar etc. durch die Schaffung von Wettbewerbsregeln einzudämmen, so wäre diese Regelung sicher ein guter Schritt in Richtung auf die angestrebte Beschränkung der Darlehensgewährung gewesen.

Das Bundeskartellamt machte aber diesen Überlegungen ein Ende. Mit Bescheid vom September 1963 teilte es dem Deutschen Brauer-Bund und der Deutschen Hotel- und Gaststättenvereinigung folgendes mit:¹⁾

"Der ... von Ihnen ... erteilte Rat, bei Darlehensverträgen, die mit Bierbezugsverpflichtungen gekoppelt sind, einen hl-Schlüssel von 8 : 1 anzuwenden, ist eine Empfehlung i. S. von § 38 Abs. 2 Satz 2 GWB. Brauereien, die diesen Rat gleichmäßig befolgen, verhalten sich so, als ob sie vereinbart hätten, ihren Abnehmern nur zu den festgelegten Bedingungen des hl-Schlüssels Kredit zu gewähren. Eine solche Vereinbarung wäre nach § 1 GWB unwirksam, denn sie beschränkt den Wettbewerb der Brauereien, durch Anbieten möglichst günstiger Darlehensbedingungen Dauerkunden zu gewinnen. Daß durch diese Wettbewerbsbeschränkungen die Marktverhältnisse beeinflußt werden, zeigt sich einmal darin, daß den Gastwirten die Möglichkeit genommen ist, unter verschiedenen Kreditangeboten mehrerer Brauereien das für sie günstigste auszuwählen.

Zum anderen wird aber auch der Umfang der Verpflichtung des Darlehensnehmers zum ausschließlichen Bierbezug beim Darlehensgeber festgelegt und damit allen anderen Brauereien für eine gewisse Dauer die Möglichkeit genommen, diese Abnehmer zu beliefern."

Diese Schematisierung von Leistung und Gegenleistung sollte aber doch gerade den Abnehmer vor übermäßiger Bindung schützen. Außerdem handelt es sich bei dieser Vereinbarung nach Ansicht der Beteiligten nicht um eine Empfehlung nach § 38 GWB, sondern um eine Hilfe zur Auslegung des § 13 GWB.²⁾

1) Zit. nach Verband Rheinisch-Westfälischer Brauereien e.V., Düsseldorf, Bericht über das Geschäftsjahr 1963, S. 32 f.

2) Vgl. ebenda, S. 33.

Wenn das Bundeskartellamt aber beanstandet, daß die Verpflichtung zum ausschließlichen Bierbezug allen anderen Brauereien für eine gewisse Dauer die Möglichkeit nimmt, diesen Abnehmer zu beliefern, so übersieht es, daß es sich hier um einen Tatbestand handelt, der bisher an der Tagesordnung war und es auch bleibt und den das GWB in den Bestimmungen über die Ausschließlichkeitsbindung ausdrücklich unterstellt. "Die Anwendungshilfe zu § 18 (GWB), die auf Erfahrungen beider Wirtschaftszweige beruht und den Wettbewerb von unbilligen Bindungen befreien sollte, ist nun unmöglich geworden." ¹⁾

V. Der Kapitalwettbewerb der Brauereien in anderen Ländern

In den Vereinigten Staaten von Amerika wurden von einer bundesstaatlichen Stelle, der "Federal Trade Commission", Wettbewerbsregeln für die Brauwirtschaft erlassen, die unter anderem auch die Gewährung von Darlehen und die Übernahme von Bürgschaften durch die Brauereien verbietet. ²⁾ Luedtke ³⁾ sagt, daß dadurch in den Vereinigten Staaten die "Beschneidung der Freiheit des Handelns der Betriebe" eine stärkere ist, "als sie je in der Ära des Nährstandes in Deutschland bestanden hat.". Diese Behauptung trifft lediglich auf die Darlehen und sonstigen Nebenleistungen der Brauereien zu, die in den USA ganz verboten sind, unter dem Reichsnährstand aber nur genehmigungspflichtig und der Höhe nach beschränkt waren. ⁴⁾ Sie ist nicht stichhaltig, wird sie auf die umfassende Marktordnung bezogen, wie sie in Deutschland von 1935 bis 1945 gehandhabt wurde und die die Erzeugung der Rohstoffe, die Bierherstellung und den Bierabsatz dirigierte. In den USA dagegen handelt es sich lediglich um ein Verbot der ausschließlichen Bezugsverpflichtungen sowie der Leistungen, die nach amerikanischer Auffassung den Wettbewerb beschränken könnten.

Zweck dieser strengen Regelung ist in erster Linie die Verhinderung des Wiederauftretens von Mißständen, die aus den Zeiten vor und während der Prohibition bekannt sind,

1) Verband Rheinisch-Westfälischer Brauereien e.V., Düsseldorf, Bericht über das Geschäftsjahr 1963, S. 32 f.

2) "Federal Alcohol Administration Act", Section 5, vom 29. 8. 1935, in der Fassung vom 1. 1. 1941.

3) Luedtke, Rudolf, Probleme des Wettbewerbs, Vortrag auf dem deutschen Brauertag in Düsseldorf am 2. 7. 1954, S. 7.

4) Vgl. Seite 25.

"also das polizeiliche Ziel der Erhaltung der öffentlichen Ordnung, Gesundheit und Wohlfahrt durch staatliche Bekämpfung des Alkoholmißbrauchs im weitesten Sinne".¹⁾

Diesem Ziel dient die bis in die kleinsten Einzelheiten gehende Reglementierung und Überwachung der Alkoholwirtschaft, insbesondere aller Geschäftspraktiken, die mit den früheren Mißständen irgendwie verknüpft waren oder zu deren Wiedererwachen beitragen könnten.

In Österreich haben die Brauereien im Jahre 1954 zur Vermeidung eines ungehemmten Konkurrenzkampfes einen "Kundschaftsversicherungsvertrag" abgeschlossen. Die daran beteiligten Brauereien vereinigen 95 % des österreichischen Bierausstoßes auf sich.²⁾

Zweck der Vereinbarung ist die Regelung des Wettbewerbs auf dem inländischen Biermarkt, durch Sicherung der im freien Wettbewerb erworbenen Kunden. Es handelt sich also nicht um eine Aufteilung der zukünftig neu dazu kommenden Kunden.

Dieser Kartellvertrag erfaßt die bei einer Brauerei an einem Stichtag vorhandenen Kunden und erkennt dem Unternehmen an diesen ein "Einlagerecht", d.h. ein Belieferungsrecht, zu. Jeder anderen Vertrags-Brauerei ist es untersagt, sich um Kunden zu bemühen, an denen ihr kein Einlagerecht zusteht. Wird sie jedoch von einem fremden Kunden zur Lieferung aufgefordert, so kann sie diesen übernehmen, wenn sie der bei diesem Kunden einlageberechtigten Brauerei eine vertraglich festgelegte Entschädigung zahlt. Die Verrechnung der Entschädigungsleistung erfolgt in einer Art "Clearing System", bei dem nur die am Jahresende bestehenden Salden ausbezahlt werden. Nach Berechnungen von Dobner-Dobenau³⁾ betrug die Entschädigungsleistung im Jahre 1950/51 ca. 0,41 Schilling pro Hektoliter Ausstoß.

Sämtliche Zuwendungen zur Gewinnung von Kunden anderer Vertragsbrauereien sind verboten. In der Vereinbarung werden ausdrücklich als verboten erwähnt, das Gewähren von Darlehen und die Gestellung von Inventar.⁴⁾ Auf diese Weise wurde das Darlehen als

1) Vgl. Gleiss, Alfred - Deringer, Arved, Die gesetzlichen Grundlagen der Marktordnung für die Brauwirtschaft in den Vereinigten Staaten, Gutachten abgegeben im Auftrage des Deutschen Brauer-Bundes e.V., Bad Godesberg, Bonn 1951, S. 37.

2) Vgl. Dobner-Dobenau, Nikolaus, Marktlage und Absatzpolitik der österreichischen Brauereien, Diss. Graz 1952, S. 65; Metzger, Hans-Ludwig, Probleme der Klein- und Mittelbrauereien in der Bundesrepublik, Diss. Frankfurt 1958, S. 82.

3) Vgl. Dobner-Dobenau, Nikolaus, a.a.O., S. 69.

4) Vgl. Metzger, Hans-Ludwig, a.a.O., S. 82 f.

Mittel des Wettbewerbs theoretisch weitgehend ausgeschaltet. Inwieweit die Praxis aber Umgehungsmöglichkeiten gefunden hat, entzieht sich der Kenntnis des Verfassers.

Ähnlich ist es in der Schweiz, wo die Brauereien am 1. 3. 1935 eine heute noch bestehende Konvention geschlossen haben, in der praktisch alle Fragen, die den brauwirtschaftlichen Wettbewerb betreffen, geregelt wurden. Es handelt sich genau wie in Österreich um einen Kartellvertrag, der geschaffen wurde, um den rasch fortschreitenden Konzentrationsprozeß ¹⁾ der Brauwirtschaft aufzuhalten. ²⁾ Das tragende Element in dieser Konvention ist der absolute Schutz des Kundenstammes einer Brauerei. Die Schweizer Brauereien verzichten auf die Dauer des Vertrages auf jegliche Akquisitionstätigkeit, soweit es sich nicht um neu entstehende Absatzstätten handelt. Darlehen dürfen an Faßbierkunden zur Einrichtung des "Bierkellers" gegeben werden. Der Kredit ist also zweckgebunden. Das Darlehen darf aber nicht höher als 2.500, -- Sfr. sein und auch das nur, wenn der jährliche Bierbezug mindestens 150 hl beträgt und wenn dem Kunden mit diesem Darlehen eine Bierbezugsverpflichtung von mindestens fünf Jahren auferlegt wird. Für alle Darlehen ist ein Mindestzinssatz festgelegt, und es muß eine Mindesttilgung pro Jahr erfolgen, um das Einfrieren des Kredits zu verhindern. ³⁾ Der Kapitalwettbewerb wurde also bedeutend stärker beschränkt als dies in Österreich der Fall ist, wo die Darlehensgewährung nur bei der Gewinnung neuer Kunden verboten wurde.

In den Ländern der europäischen Wirtschaftsgemeinschaft ist eine derartige Kartellierung des Biermarktes nicht möglich. Die Darlehensgewährung der Brauereien ist aus diesen Gründe auch überall anzutreffen, wenn auch nicht in dem Maße, wie es in Deutschland der Fall ist.

In Belgien und in Luxemburg sind viele Gaststätten im Eigentum der Brauereien. Von den übrigen Wirtschaften wird ein Großteil vom Braugewerbe durch Darlehen und sonstige Leistungen unterstützt. Der Brauer knüpft daran die Verpflichtung zum ausschließlichen Bezug seiner Erzeugnisse. Ca. 70 % der Gaststätten sind in irgendeiner Weise an

1) Die Zahl der Schweizer Brauereien schrumpfte von 245 im Jahre 1900 auf 50 im Jahre 1962 zusammen. Vgl. Koch, Gerhard, a.a.O., S. 228.

2) Vgl. Weiß, Hermann, a.a.O., S. 113.

3) Vgl. Metzger, Hans-Ludwig, a.a.O., S. 80.

Brauereien oder Bierverleger gebunden.¹⁾

In Frankreich trifft man die finanzielle Unterstützung der "Restaurants" durch Brauereien vor allem im Nord-Osten und im Elsaß an. Wie man einer Arbeit von Schwarz²⁾ entnehmen kann, ist der Abschluß von Bierlieferungsverträgen durchaus üblich, auch in Verbindung mit der Gewährung von Darlehen. Die französischen Brauereien stellen den Wirten aber auch Mobiliar zur Verfügung, um ihnen eine ausschließliche Bezugsverpflichtung auferlegen zu können.³⁾ In den südlichen Landesteilen aber gibt es, wie in Italien, kaum Gaststätten mit großem Bierumsatz. Die Brauereien haben aus diesem Grund kein Interesse an der Finanzierung und der damit verbundenen Bierbezugsverpflichtung von Gastwirtschaften.⁴⁾

In Holland wiederum versuchen die Brauereien, durch Kreditgewährung einen Teil ihres Absatzes zu sichern. Schon im Jahre 1931 waren durch die dem "Bond van Nederlandsche Brouwerijen" angeschlossenen Unternehmen ca. 50 Millionen holländische Gulden in Gaststätten investiert.⁵⁾

Aus diesem kurzen Blick auf die Darlehensgewährung in einigen europäischen Ländern und den Vereinigten Staaten von Amerika kann zusammenfassend festgestellt werden, daß die Brauereien als ausgesprochen absatzorientierte, anlage- und kapitalintensive Betriebe⁶⁾ überall darauf bedacht sind, einen bestimmten Absatz zu sichern. Überall, wo Gesetze die Darlehensgewährung bzw. die mit ihr verbundene ausschließliche Bezugsverpflichtung nicht ausdrücklich verbieten oder wo nicht Kartelle den Absatz der Brauereien sichern, kommt es zur finanziellen Unterstützung und der damit verbundenen Bindung der Wirte.

1) Vgl. Kochinski, Rainer, Das Braugewerbe in den sechs Partnerstaaten der europäischen Wirtschaftsgemeinschaft unter besonderer Berücksichtigung der Betriebsgrößenklassen, Diss. München 1962, S. 48.

2) Vgl. Schwarz, Günther, Die Rechtsbeziehungen zwischen Brauerei und Gastwirt (Bierlieferungsvertrag) in Frankreich und im Saarland. Versuch einer rechtstatsächlichen und rechtsvergleichenden Analyse, Diss. Tübingen 1956.

3) Vgl. Kochinski, Rainer, a.a.O., S. 74.

4) Vgl. Kochinski, Rainer - Kinnebrock, Franz, Das Braugewerbe in den sechs Partnerstaaten der EWG unter besonderer Berücksichtigung der Betriebsgrößenklassen, in: Brauwelt 1963, S. 68.

5) Vgl. Kochinski, Rainer, a.a.O., S. 99.

6) Vgl. Koch, Gerhard, a.a.O., S. 132.

C) Die Darlehensnehmer der Brauereien

I. Das Gaststättengewerbe

Wenn man von Brauereidarlehen spricht, denkt man in erster Linie an Darlehen für Gaststätten. Tatsächlich werden auch heute noch ca. 80 bis 90 % aller Kundendarlehen der Brauereien an diesen Abnehmerkreis gegeben. Unter dem Begriff "Gaststätte" werden in dieser Arbeit folgende, teilweise recht verschiedenartige gastronomische Betriebe zusammengefaßt. Zunächst einmal die sogenannten "Bierwirtschaften", wie z. B. der "Bierkeller", das "Bräu" oder die "gut bürgerliche" Wirtschaft im Süden Deutschlands, sowie ihre norddeutschen Gegenstücke, bei denen besonders die "Stehkneipe" als typisch ins Auge sticht. Weiter fallen darunter das "Speiserestaurant", der "Schnellimbiß", aber auch "Tanzetablisements", in denen häufig der Bierumsatz dominiert. Aber auch "Tagescafés", "Hotels", "Bars" und ähnliche Betriebstypen werden darunter verstanden und kommen, soweit sie überhaupt Bier verkaufen, als Darlehensnehmer der Brauereien in Frage. Da der Bierkonsum in diesen zuletzt genannten gastronomischen Betrieben in der Regel aber nur gering ist, haben die Brauereien in der Regel auch nur wenig Interesse an einer Darlehensgewährung. Die Belieferung von exklusiven Hotels kann aber für eine Brauerei von großer werbepolitischer Bedeutung sein. Aus diesen Erwägungen heraus kommt es, trotz eines verhältnismäßig geringen Bierbezug, manchmal zu unverhältnismäßig hohen Darlehensgewährungen der Brauereien an diese Kunden.¹⁾

Im allgemeinen sind Gaststätten für die Brauereien aber recht interessante Kunden, obwohl ihre Bedeutung als Bierabsatzstätte in den letzten fünfzig Jahren laufend zurückgegangen ist. Dieser Rückgang drückt sich u. a. auch in dem Absinken des Anteils des Bierumsatzes am Gesamtumsatz des Gaststättengewerbes aus. Gröbl²⁾ führt an, daß in einer bayerischen Kleinstadt der Bierumsatz im "ersten Haus am Platz" vor dem ersten Weltkrieg 27 % vom Gesamtumsatz betrug. Im Jahre 1954 dagegen jedoch nur noch 17 %. In einer "Arbeiterwirtschaft" wurden im Jahre 1941 44 % des Gesamtumsatzes mit Bier erzielt, während es

1) Vgl. dazu auch die Probleme der partiellen Bierbezugsverpflichtungen, S. 11.

2) Vgl. Gröbl, Josef, Die strukturelle Verfassung eines mittleren bayerischen Brauereiuunternehmens von 1844 - 1956, Diss. München 1957, S. 161.

1954 nur noch 33 % waren. Aus der Gaststätte als Biertrinkstätte wurde in vielen Fällen ein Speiselokal.

Dieser Rückgang des Bierabsatzes über die Gaststätte ist aber nicht nur relativ sondern auch absolut festzustellen. Im Jahre 1914 betrug der durchschnittliche Bierverkauf einer "bayerischen Bierwirtschaft" nach Gröbl¹⁾ 500 hl. Eine große Zahl der Wirte erreichte sogar die 1000 hl-Grenze. Heute setzen die Gastwirtschaften in Norddeutschland durchschnittlich 150 - 200 Hektoliter pro Jahr um, in Süddeutschland etwas mehr, durchschnittlich vielleicht 250 - 300 Hektoliter pro Jahr.

Der Grund für diesen Rückgang des Bierabsatzes in der Gaststätte ist in einem Wandel der Verbrauchsgewohnheiten, in der Verlagerung des Bierkonsums von der Gaststätte in das Heim des Verbrauchers zu suchen. Die Gaststätte verlor ihr Monopol als alleiniger Bierausschank bzw. als alleinige Bierverkaufsstelle. Das Flaschenbier eroberte sich den Markt.²⁾

Trotzdem bilden die Gaststätten auch heute noch die größte Kundengruppe der Brauereien, wenn man die von den selbständigen Großhändlern belieferten Wirtschaften berücksichtigt. Neben dem Faßbier, das fast ausschließlich in den Gaststätten zum Ausschank kommt, verkaufen die Wirte zum Teil nicht unerhebliche Mengen Flaschenbier und von den Brauereien hergestellte oder als Handelsware vertriebene alkoholfreie Erfrischungsgetränke in ihrem Lokal und über die Straße. Der durchschnittliche Anteil des Flaschenbieres am gesamten Bierverkauf einer Gaststätte liegt nach den Untersuchungen des Verfassers in einer norddeutschen Großbrauerei bei ca. 25 %. Man geht also nicht ganz fehl, wenn man annimmt, daß die Hälfte der gesamten Biererzeugung immer noch über die Gaststätten abgesetzt wird.³⁾

Neben der im Verhältnis zu anderen Kunden guten Bierabnahme, läßt man die Verleger unberücksichtigt, ziehen die Brauereien noch weitere Vorteile aus dem Absatzweg "Gaststätte". Setzt man entsprechende Sachkenntnis und guten Willen beim Wirt voraus,

1) Vgl. Gröbl, Josef, a.a.O., S. 161.

2) Vgl. S. 16 ff.

3) Vor 15 Jahren ermittelte der "Landesverband des württembergisch-badischen Hotel- und Gaststättengewerbes", daß 70 % des Gesamtausstoßes der Brauereien über die Gaststätten abgesetzt wird. Vgl. Seibold, Hans-Jürgen, a.a.O., S. 89; vgl. dazu auch Gruber, Erich, Diss. Würzburg 1958, a.a.O., S. 43.

dann kann die Brauerei hier dem Biertrinker durch zweckentsprechende Kühl- und Lager-räume ein gutgepflegtes Bier anbieten.¹⁾ Dies kann den Konsumenten eventuell dazu veranlassen, dieses Bier auch bei anderer Gelegenheit, wie z.B. im Lebensmittelladen, nachzufragen. Weitere Werbemöglichkeiten stehen der Brauerei durch die von ihr belie-ferten Gaststätten in dem Anbringen von Außenwerbung zur Verfügung oder durch das Auslegen von Bierglasuntersetzern, durch die Verwendung von Gläsern mit Dekor etc. Dazu kommt, daß die gesellige Atmosphäre einer nett eingerichteten Gastwirtschaft zum Trinken anregt.

Der beim Absatz über die Gaststätte auftretende Nachteil ist der hohe Kapitalaufwand, den die Brauerei im allgemeinen aufwenden muß, um eine derartige Absatzstätte belie-fern zu können. Eine finanzielle Belastung für die Brauereien sind neben der Darlehensge-währung auch die sie ergänzenden oder ersetzenden sonstigen Leistungen, wie z.B. leihweise Inventargestellung oder die Gewährung von Zuschüssen. Dazu kommt die Notwendigkeit der Betreuung der Gastwirte durch den Außendienst der Brauerei. Die Rei-senden müssen neben der Gewinnung neuer Kunden jede von der Brauerei belieferte Gast-stätte drei- bis viermal im Jahr besuchen, um den Kontakt mit den Kunden aufrechtzuer-halten. Die Aufwendungen, die für diese Besuche notwendig sind, Gehalt des Reisenden, Kosten des Wagens, die Spesen, stehen oft in keinem Verhältnis zum Bierumsatz des ein-zelnen Kunden.¹⁾

Inwieweit die Vorteile, die dieser Absatzweg den Brauereien bietet, von den Nachteilen kompensiert bzw. überkompensiert werden, kann nicht global, sondern nur im Einzelfall unter Berücksichtigung sämtlicher damit verbundener Aufwendungen und Erträge beurteilt werden.²⁾ Diese werden wiederum in der Hauptsache von der Ausnutzung der Produktions-kapazität der Brauerei und vom Bierpreis bestimmt. Da der Bierpreis zur Zeit in weiten Teilen Deutschlands im Wirtesgeschäft der Brauereien nicht ungünstig ist, die Kapazität aber oft noch nicht optimal ausgelastet ist, werden die Brauereien auch in der näheren Zukunft versuchen, möglichst viele umsatzstarke Gaststätten durch Darlehens- und Bier-lieferungsvertrag an sich zu binden.

1) Vgl. Gröbl, Josef, a.a.O., S. 159.

2) Vgl. Kapitel D IV 9.

Die Brauerei hat es heute bei der Gewinnung von Gaststätten durch Abschluß von Darlehens- und Bierlieferungsverträgen oft gleichzeitig mit zwei Partnern zu tun. Mit dem Eigentümer der Gaststätte und mit dem Pächter. Der Gastwirt als Bewirtschafter der eigenen Gaststätte ist besonders in den Städten zur Ausnahme geworden. Ein Grund hierfür liegt in den hohen Grundstückspreisen der Städte, die es Personen, die eine Gaststätte bewirtschaften wollen, im allgemeinen unmöglich machen, diese zu erwerben. Die Eigentümer dieser Grundstücke wiederum haben es nicht nötig bzw. sind nicht fähig, die ihnen gehörende Gaststätte selbst zu betreiben und verpachten die Gasträume. Diese Aufspaltung in einen Faktor Kapital und einen Faktor Arbeit, die früher meistens bei einer Person vereinigt waren, bringt den Brauereien auch eine Aufspaltung der Darlehensnehmer bei einem Gaststättenobjekt. Der Grundstückseigentümer erhält ein Darlehen für den Ausbau des Gebäudes zu einer Gaststätte bzw. für die Renovierung der bereits vorhanden Gast- und Nebenräume. Der Pächter benötigt ein Darlehen für die Anschaffung des Gaststätteninventars.

Man muß bei der Beurteilung des finanziellen Aufwandes, der erforderlich ist, um eine Absatzstätte zu verpflichten, das Gaststättenobjekt als Ganzes betrachten, d.h. die Darlehen an den Grundstückseigentümer und die an den Pächter berücksichtigen. Durch die Bindung des Eigentümers an die Brauerei entfielen zwar theoretisch die finanzielle Unterstützung und die damit verbundene Bindung des Pächters, da die Gegenleistung des Grundstückseigentümers für die Darlehensgewährung der Brauerei darin besteht, daß er seinem Pächter die Bierbezugsverpflichtung auferlegt. Da aber die meisten Personen, die sich für die Pachtung einer Gaststätte interessieren, nur über geringe eigene Mittel verfügen, müssen sie trotzdem von der Brauerei finanziell unterstützt werden.

Häufig wird, wenn Eigentümer und Bewirtschafter einer Gaststätte nicht die gleiche Person sind, die Brauerei gezwungen sein, die Gaststätte zu pachten. Viele Hauseigentümer treten nur dann mit einer Brauerei in geschäftlichen Kontakt, wenn sich die Brauerei bereiterklärt, die Gaststättenräume selbst anzupachten. Sie wollen sich dadurch von der Pächtersuche befreien und haben außerdem in der Brauerei auch

einen sicheren Garanten für den Pachtzins. Trägt die Brauerei mit der Anpachtung auch allerlei Kosten und Risiken, so hat sie die Absatzstätte dadurch doch bedeutend fester in der Hand, als wenn sie nur einen Bierlieferungsvertrag abgeschlossen hätte.

Wieviele Gastwirte haben sich auf eine Bindung mit einer Brauerei eingelassen? Wieviele haben genug eigene Mittel und sind dadurch nicht auf die finanzielle Unterstützung einer Brauerei angewiesen, die ihnen für einige Zeit die freie Lieferantenwahl unmöglich macht?

Darüber liegen leider keine veröffentlichten Untersuchungen vor. In privaten Gesprächen mit leitenden Herren der Brauwirtschaft und der Brauereiverbände wurden für die an die Brauereien gebundenen Gastwirtschaften *Werte* genannt, die zwischen 60 und 80 % lagen. Koch¹⁾ schätzt die Zahl der Gastwirtschaften, die auf irgendeine Art und Weise an die Brauerei gebunden sind, auf 80 - 85 %.

Bei Untersuchungen in einer norddeutschen Großbrauerei konnte der Verfasser feststellen, daß im Januar 1966 in diesem Unternehmen 69 % der Wirtkunaschaft durch Bierlieferungsvertrag gebunden war. Es ist aber zu berücksichtigen, daß die restlichen 31 % nicht alles freie, an keine Brauerei gebundene Kunden waren, sondern daß in diesen 31 % auch Gastwirte erfaßt wurden, die zwar nicht bei der untersuchten, jedoch bei einer anderen Brauerei eine partielle Bierbezugsverpflichtung eingegangen waren. Solchen Gastwirten wird in ihrem Bierlieferungsvertrag z.B. eine Freigrenze von 20 % zugestanden, d.h. sie müssen nur 80 % ihres Bierbedarfs bei der darlehensgewährenden Brauerei decken. Die restlichen 20 % beziehen sie von einer anderen Brauerei, bei der sie natürlich als "freie" Kunden geführt werden.

Zehn Jahre früher, also im Jahre 1956, waren nur 65 % der Wirtkunden dieser Brauerei verpflichtet. Aus dieser Steigerung von 65 auf 69 % kann man entnehmen, daß die Gewinnung einer neuen Gastwirtschaft im allgemeinen nur durch den Abschluß eines Bierlieferungsvertrages möglich war, da die Zahl der belieferten Gaststätten in diesem Zeitraum ungefähr gleich geblieben ist. Anders war es im reinen Flaschenbieregeschäft, bei dem eine große Zahl neuer freier Kunden gewonnen werden konnte. Von der Gesamtzahl der Kunden der obengenannten Brauerei waren nämlich 1966 nur 15 % durch Bierlieferungsvertrag verpflichtet, während es 1956 noch 21 % waren. Die Abnahme der Zahl der freien Gastwirte

1) Vgl. Koch, Gerhard, a.a.O., S. 135.

wurde also durch die starke Zunahme der freien Flaschenbierkunden überkompensiert. Diese bei einem Unternehmen festgestellte Tendenz ist m.E. symptomatisch auch für den Großteil aller übrigen bundesdeutschen Brauereien.

Manche "freien Wirte" haben hohe Bierschulden bei der Brauerei. Sie sind aus diesem Grund eigentlich gar nicht frei, sondern durch die Warenschulden von ihrem Lieferanten abhängig. Viele Brauereien versuchen nun, derartige Warenforderungen in Darlehen umzuwandeln und damit den bisher offiziell ungebundenen Kunden durch einen Bierlieferungsvertrag fest an sich zu binden. Der bislang ungesicherte Debitorensaldo wird also zu einem gesicherten Darlehen mit geregelter Tilgungsleistung durch den Kunden. Auch der Bilanzausweis unter den langfristigen Ausleihungen entspricht nun eher der Wirklichkeit, als der bisherige Ausweis unter den kurzfristigen Warenforderungen, da die Brauereikunden, haben sie sich erst einmal hohe Bierschulden aufgeladen, diese im allgemeinen nur sehr langsam tilgen können. Besteht eine Brauerei nicht auf dieser Umwandlung hoher Warenforderungen, mit deren Rückzahlung so bald nicht gerechnet werden kann, in Darlehen, so beeinflusst dies das Verhältnis der "freien" zu den "gebundenen" Kunden dieser Brauerei.

II. Die Bierverleger

Ein Bierverleger ist ein Biergroßhändler, der in einem gewissen Vertragsverhältnis zu einer oder mehreren Brauereien steht und deren Bier für eigene Rechnung an Wirte, Einzelhändler und Letztverbraucher verteilt. Das Liefergebiet ist fast immer regional begrenzt,¹⁾ besonders wenn die Brauerei mit Hilfe des Verlegers in ein neues Liefergebiet vordringt. Manche Verleger übernehmen auch das Abfüllen des von der Brauerei in Tanks oder Fässern angelieferten Bieres auf Flaschen. Diese Funktion des Verlegers geht allerdings in der letzten Zeit immer mehr zurück.

Der Vorteil des Verkaufs über den Bierverleger besteht für die Brauerei darin, daß der Verleger in seinem regionalen Vertriebsgebiet die Verkaufsorganisation der Brauerei ersetzt, daß er in seinem Gebiet den Kunden nähersteht als die Brauerei und daher das Bier leichter verkaufen kann und daß er, infolge seines persönlichen Interesses, den Bierverkauf

1) Vgl. Hoecht, Alexander, Die Organisation und Technik des Bierabsatzes im Braugewerbe, Diss. München 1929, S. 47; Grübel, Josef, a.a.O., S. 167.

intensiver betreibt, als die manchmal etwas bürokratisch arbeitende Verkaufsorganisation einer Brauerei mit im Stundelohn arbeitenden Bierfahrern.¹⁾ Dies gilt besonders für kleinere Verleger. Der Vorteil für den Kunden aus einer Belieferung durch einen Biergroßhändler besteht darin, daß der Verleger ihm ein Sortiment von mehreren Bieren und auch anderen Getränken bieten kann.

Kinnebrock²⁾ ist der Ansicht, daß rund 25 % des Bierausstoßes der Brauereien in Deutschland über Verleger verkauft wird. Dieser Satz ist aber bei den einzelnen Brauereien sehr verschieden. Es gibt Unternehmen, die 90 % ihres Ausstoßes über diese Großhändler verkaufen. Andere wiederum, meist kleinere Brauereien, beschränken sich ausschließlich auf ihren eigenen Vertriebsapparat.

Im Bundesgebiet bestehen Verleger in sehr verschiedenen Größenordnungen. Vom Kleinstverleger, dessen Umsätze denen einer mittleren Gaststätte entsprechen, bis zu den Verlegern, die einen Umsatz von mehreren 100 000 Hektolitern haben, die also mehr Bier verkaufen, als eine mittlere oder gar große Brauerei,³⁾ wie z.B. der Verleger "Nagel" in Elze (Hann.).

Bei den finanziellen Beziehungen zwischen Verleger und Brauerei ist eine bedeutende Unterscheidung vorzunehmen. Man muß auseinanderhalten:

- a) die Darlehen, die für den Betrieb des Verlegers bestimmt sind, wie z.B. ein Darlehen, das dem Verleger die Anschaffung eines Fahrzeugs ermöglicht,
- b) Darlehen, die zur Weitergabe an Kunden des Verlegers bestimmt sind.

Zu a):

Diese Darlehen nehmen in erster Linie Verleger in Anspruch, die erst beginnen, ihr Geschäft aufzubauen. Aber auch größere, schon längere Zeit im Biervertrieb tätige Großhändler

1) Aus diesem Grund haben in den letzten Jahren einige Brauereien damit begonnen, die Bierfahrer vom Abblenden des Bieres zum Verkaufen hinzuführen, indem sie vom Zeitlohn auf den Leistungslohn übergegangen sind. Die Erfolge sind nicht ausgeblieben.

2) Kinnebrock, Franz, Absatzwege und Absatzmethoden im Braugewerbe, Vortrag auf der 7. Brauwirtschaftlichen Woche 1962 in Weihenstephan, auszugsweise veröffentlicht in: Brauwelt 1962, S. 705.

3) Die sog. Großbrauerei beginnt heute bei einem Ausstoß von 150 000 bis 200 000 Hektolitern.

sehen sich manchmal gezwungen, ihre Lieferbrauerei um einen Kredit zum Ausbau der Lagerräume oder zur Anschaffung einer Flaschenfüllanlage anzusprechen, denn - wie bereits ausgeführt - sind die Konditionen der Brauereien weit günstiger, als sie der Verleger bei den Banken zugestanden erhält. Die Brauerei verzichtet auf eine strenge Absicherung, begnügt sich mit niedrigen Zinsen und zahlt den Kredit zu hundert Prozent aus.

Während aber in der Beziehung zwischen Brauerei und Gastwirt die finanzielle Hilfe in Form von Darlehen an erster Stelle steht und über den Bierpreis im allgemeinen nicht diskutiert wird, ist für das Verhältnis zwischen Brauerei und Verleger der dem Verleger offerierte Rabatt auf den Bierpreis das ausschlaggebende Kriterium für den Abschluß eines Bierverlagsvertrages. Die Kapitaleleistungen der Brauerei sind dabei von untergeordneter Bedeutung. Beim Bierabsatz über die Gaststätten ersetzen die Darlehen und die anderen Nebenleistungen die preispolitische Aktivität der Brauereien. Bei den Verlegern spielt der Bierpreis bzw. der Verlegerrabatt die entscheidende Rolle. Die Verlegerdarlehen spielen daher bei den meisten Brauereien im Vergleich mit den Wirtendarlehen nur eine untergeordnete Rolle.¹⁾

Die Darlehensgewährung und die Preispolitik als Mittel der Absatzpolitik deutscher Brauereien weisen eine sehr große Interdependenz auf, die sich besonders darin zeigt, daß die Darlehensleistung bewußt oder unbewußt als Preisbestandteil angesehen wird.²⁾ Unterstützt z.B. eine Brauerei einen Verleger mit einem Darlehen oder übernimmt sie die Finanzierung einer vom Verleger belieferten Gaststätte, so wirkt sich diese zusätzliche Leistung der Brauerei auf die Höhe des Verlegerrabattes aus. Preispolitik und Darlehensgewährung wirken also zusammen. Wie beide Dinge vom Absatzmittler bewertet werden, ist individuell verschieden und hängt von vielen, manchmal irrationalen Gründen ab.²⁾

Wenn der Verleger die Liquidität der Brauerei wenig durch seine Darlehenswünsche beansprucht, so tut er es um so mehr über den Warenkredit. Beim Studium der Brauereibilanzen kann man feststellen, daß die Unternehmen, die einen großen Teil ihres Ausstoßes über

1) In den in Kapitel E I (S. 144 ff.) untersuchten Brauereien betrugen die Darlehensschulden der Verleger nur ca. 5 % der Darlehen, die an Gastwirte ausbezahlt waren.

2) Vgl. Koch, Gerhard, a.a.O., S. 197.

Verleger absetzen, im allgemeinen höhere Bierforderungen ausweisen als Unternehmen, die ihre Erzeugnisse überwiegend selbst vertreiben.

Die Darlehensgewährung an Verleger dient einer Brauerei, wie dies auch beim Gaststättengeschäft der Fall ist, dazu, um mit diesen Kunden eine geschäftliche Beziehung anzubahnen bzw. um eine bestehende Beziehung zu verlängern. Das Darlehen wird neben den anderen Vertragsbestimmungen, wie z.B. der Vereinbarung eines alleinigen Vertriebsrechtes in einem bestimmten Bezirk und der Höhe der Rabatte, u. U. einen gewissen Einfluß auf die Dauer des Bierverlagsvertrages haben. Diese Verträge enthalten, im Gegensatz zu den Bierlieferungsverträgen, nur selten eine ausschließliche Bezugsverpflichtung. Meistens wird dem Verleger eine Freigrenze, die sich zwischen 10 und 50 % bewegt, eingeräumt, bis zu der er Biere einer anderen Brauerei verkaufen darf. Er ist Händler und braucht ein gewisses Sortiment, das durch eine ausschließliche Bezugsverpflichtung nicht zu stark eingeengt werden darf. Er kann sich aber in einem Bierverlagsvertrag ohne weiteres auf eine Hauptsorte festlegen und für einige markenbewußte Kunden noch ein oder zwei Spezialbiere aufnehmen.

Über diesen Ausführungen darf aber nicht vergessen werden, daß viele Verleger überhaupt keine feste Bindung mit einer Brauerei eingehen. Sie haben kein alleiniges regionales Vertriebsrecht und benötigen auch keine Darlehen. Zwischen ihnen und der Brauerei wird lediglich eine nach der Abnahmemenge gestaffelte Rabattliste vereinbart.

Da der Betrieb des Bierverlegers als Handelsbetrieb unstabiler ist als der des Wirtes, weil er weniger ortsgebunden ist, so ist das Darlehensrisiko der Brauerei beim Verleger ein größeres als beim Wirt, dessen Geschäft für die Brauerei leichter zu überblicken ist. Mit dieser Begründung will Künstler¹⁾ die mit einem Darlehensvertrag verbundene Bierbezugsverpflichtung des Verlegers, im Vergleich zur Bezugsverpflichtung im Bierlieferungsvertrag zwischen Brauerei und Wirt, erhöhen. "Das erhöhte Darlehensrisiko macht die Gegenleistung der Brauerei hier zu einer wertvolleren, als sie in der reinen Darlehenssumme zum Ausdruck kommt."¹⁾

1) Vgl. Künstler, Leopold, a.a.O., S. 247.

Der Verfasser kann sich dieser Argumentation nicht anschließen, denn sie trifft nur auf eine sehr beschränkte Anzahl von Gastwirten zu, die Eigentümer eines verhältnismäßig gering belasteten Grundstücks sind. Sie trifft aber nicht zu für den Teil der Gastwirte, die als Pächter hohe Kredite bei den Brauereien aufnehmen, ohne dafür mehr Sicherheiten bieten zu können, als das durch diese Darlehen erworbene Gaststätteninventar. Darlehen an Verleger können aber in vieler. Fällen sogar grundpfandrechtlich abgesichert werden. Sie werden in der Regel auch nicht zu schlechteren Sicherheiten ausbezahlt, als dies bei den Wirtendarlehen der Fall ist. Außerdem steht dem Verlegerdarlehen im allgemeinen ein größerer Umsatz gegenüber als dem Wirtendarlehen. Um im Einzelfall eine Entscheidung treffen zu können, muß man den Gewinn kennen, der der Brauerei durch den Abschluß des Vertrages zufließt.¹⁾

Bei großen Verlegern finden sich mitunter Beteiligungen der Brauereien auf Grund von Gesellschaftsverträgen.²⁾ Diese sehr seltenen vertikalen Verflechtungen ersetzen dann den gewöhnlichen Bierverlagsvertrag.

Zu b):

Mit dem Abschluß eines Bierverlagsvertrages ist für eine Brauerei oft der Vorstoß in ein neues Absatzgebiet verbunden.³⁾ Diese Gebiete liegen dann im allgemeinen weit von der Brauerei entfernt, so daß eine intensive Bearbeitung vom Standort der Brauerei aus nicht möglich ist. Der Verleger soll nun die Bearbeitung des neuen Gebietes übernehmen und grundsätzlich auch eventuell auftauchende Darlehenswünsche der Kunden selbst erfüllen. Fehlen dem Biergroßhändler aber die Mittel, um diesen Wünschen gerecht werden zu können, dann kann er versuchen, den benötigten Geldbetrag bei der Brauerei als Darlehen aufzunehmen und ihn an den Kunden weiterzugeben. Er kann aber auch, wie es meistens geschieht, die Brauerei zur direkten Darlehensgewährung an den Wirt auffordern.

Im ersten Fall trägt er zwar das Risiko der Darlehensgewährung, bekommt dafür aber diesen Kunden fest in seine Hand, während durch den Abschluß eines Darlehens- und Bierlieferungs-

1) Vgl. dazu Kapitel D IV, 9.

2) Vgl. Rudolph, Hermann, Die Finanzierung der deutschen Brauwirtschaft, Diss. Greifswald 1936, S. 209.

3) Vgl. Hoecht, Alexander, a.a.O., S. 47.

vertrages direkt zwischen der Brauerei und dem Kunden dieser an die Brauerei gebunden und dem Biergroßhändler nur zur vorläufigen Belieferung überlassen ist. Die Brauerei schafft sich auf diese Weise Stützpunkte im Verlegergebiet, was für sie bei den nach Ablauf des bestehenden Bierverlagsvertrages notwendig werdenden Verhandlungen über eine Vertragsverlängerung sehr wichtig sein kann. Sie hat dadurch dem Verleger gegenüber ein Pfand in der Hand, um ihn auch weiterhin zum Vertrieb ihrer Erzeugnisse zu veranlassen, denn will der Großhändler den Vertrag nicht mehr verlängern oder zu Ungunsten der Brauerei abwandeln, dann entzieht sie ihm die Belieferung der bei ihr verpflichteten Gaststätten.

Die direkte Darlehensbeziehung zwischen der Brauerei und dem vom Verleger belieferten Gastwirt ist aber für die Brauerei mit erheblichen Schwierigkeiten und zusätzlichen Risiken behaftet. Die Tilgung der Kundendarlehen erfolgt im allgemeinen durch einen Aufschlag auf den Bierpreis. Ware und Tilgungsraten werden zusammen bei Anlieferung des Bieres bezahlt. Wird der Darlehensnehmer vom Verleger beliefert, so hat die Brauerei keine Kontrolle über den Bierbezug und hat dadurch keine Gewähr für die ordnungsmäßige Tilgung des Darlehens. Erschwerend kommt noch dazu, daß der Darlehensgeber nicht einmal genau weiß, ob der bei ihm durch die Darlehensgewährung zum ausschließlichen Bierbezug verpflichtete Kunde vom Verleger nicht auch mit anderen Bieren beliefert wird, die dieser vertreibt.

Trotz dieser Gesichtspunkte ist die Brauerei bestrebt, die Gewährung von Darlehen an Kunden des Verlegers in erster Linie in Form einer direkten vertraglichen Beziehung zwischen ihr und dem Gastwirt abzuwickeln. Die geschilderten Vorteile, die sie aus diesen Stützpunkten im Verlegergebiet in Form der durch Bierbezugsverträge verpflichteten Absatzstätten hat, werden durch die Nachteile nicht kompensiert. Der Umweg über den Verleger, der das von der Brauerei empfangene Darlehen an seinen Kunden weitergibt, bildet daher die Ausnahme. Die Übernahme der Kreditfunktion des Verlegers durch die Brauerei sollte aber im Verlegerrabatt ihren Niederschlag finden.

In neuester Zeit sind die Brauereien in stärkerem Maße als dies früher der Fall war, bestrebt, ihre durch Darlehensgewährung gewonnenen Kunden auch direkt zu beliefern. Die Verteilungsfunktion soll in Gebieten, in denen eine Brauerei stark vertreten ist, nicht mehr dem Biergroßhandel überlassen werden. Die Brauereien wollen diese Funktion selbst übernehmen,

denn die Macht des Handels wurde ihnen, besonders den Großbrauereien, die zum Teil mehr als 90 % ihres Ausstoßes über Verleger verkaufen, zu groß. Die Rabattforderungen, die die Händler stellen, scheinen ihnen zu hoch. Die Endverbraucherwerbung als Mittel der Beeinflussung der Verleger durch einen Nachfragedruck seitens der Konsumenten erscheint ihnen zu schwach. Sie wollen daher einen größeren Teil ihres Absatzes wieder selbst verteilen, um ihn sicherer in der Hand zu haben.

Man muß diese Angelegenheit aber noch von einer anderen Seite sehen. Der Biergroßhandel erfüllt nicht nur eine Verteilungsfunktion, sondern er erschließt normalerweise für die Brauerei auch einen regionalen Markt. Da die Brauereien diese Aufgabe des Handels besonders in brauereifernen Gebieten unter keinen Umständen kostengünstiger erfüllen können als der Handel, so wird die Ausschaltung der Verleger spätestens hier ihre Grenze finden, soweit diese nicht schon in den hohen Kosten liegt, die der Brauerei durch den Eigenvertrieb, also durch die reine Verteilung, im Verlegergebiet erwachsen.

III. Der Lebensmitteleinzelhandel

Der Bierumsatz und auch der Umsatz an alkoholfreien Erfrischungsgetränken spielt bei den Lebensmittel-Einzelhandelsgeschäften im Verhältnis zum Gesamtumsatz eine geringe Rolle. Die Verhältnisse liegen also ganz anders als bei den Gaststätten, bei denen der Bierumsatz, trotz des absoluten und relativen Rückgangs in den letzten Jahrzehnten, immer noch ca. ein Viertel des Gesamtumsatzes beträgt.¹⁾ Dazu kommt, daß viele Lebensmittelhändler glauben, beim Bier ein möglichst breites Sortiment führen zu müssen, so daß der Bierumsatz einer Marke auch absolut recht gering wird, er erreicht ungefähr nur ein Drittel oder ein Viertel des Bierumsatzes einer mittleren Gaststätte.²⁾ Die Vergabe von Darlehen, um den Lebensmittelhändler zum ausschließlichen oder partiellen Bierbezug zu gewinnen, erscheint deshalb einer Brauerei nur in Ausnahmefällen lohnend. Die größeren Bierabnehmer im Lebensmittelhandel, wie z.B. die Supermärkte oder die Lebensmittelabteilungen großer Kaufhäuser, binden sich nicht an eine Brauerei, da diese Großbetriebe des Einzelhandels keine finanziellen Sorgen haben, von denen sie ein ihrem doch relativ geringen Bierumsatz angemessenes Brauereidarlehen befreien könnte. Außerdem wollen sie sich nicht auf eine Biermarke festlegen.

1) Vgl. Kapitel B I, S. 58 f.

2) Vgl. Kapitel E I, Tab. 12, S. 152.

Ebenso ist es bei den großen Lebensmittelfilialbetrieben, den Konsumgenossenschaften und den Ketten des Lebensmittelhandels. Einzelne dieser Ketten untersagen sogar ihren Mitgliedern die Bindung an eine Brauerei, da die Zentrale mit bestimmten Brauereien Großabschlüsse zu günstigen Preisen macht und die Mitglieder dieses Bier beziehen müssen. Der Wettbewerb der Brauereien um die Großabnehmer des Einzelhandels spielt sich also nicht als Kapitalwettbewerb sondern als Preiswettbewerb ab. Da der Trend zum Großbetrieb im Lebensmitteleinzelhandel anhält und da die Einkaufsgenossenschaften und die Ketten fast alle selbständigen Einzelhändler aufgesogen haben, so wird in Zukunft die Darlehensgewährung der Brauereien an diesen Kundenkreis noch weiter zurückgehen. Bei den vom Verfasser untersuchten Brauereien ¹⁾ betragen die Darlehensforderungen an den Lebensmitteleinzelhandel lediglich 4 % der Wirtendarlehen.

Ein anderer Grund für die geringe Darlehensgewährung der Brauereien an den Lebensmitteleinzelhandel ist darin zu suchen, daß in einem Lebensmittelgeschäft wenig Möglichkeiten bestehen, einen größeren Darlehensbetrag ausschließlich für die Förderung des Bierabsatzes einzusetzen. Es werden schon jetzt, wie der Verfasser bei seinen Untersuchungen feststellen konnte, mit dem Geld der Brauereien Schnellwaagen, Gefriertruhen oder der Umbau der Geschäftsräume finanziert, und das alles mit Wissen der Brauerei, die mit der dadurch erreichten Bierbezugsverpflichtung, die aber wegen der Sortimentsfunktion des Einzelhandels meist nur partiell ist, einen guten Flaschenbierkunden gewinnen will.

In Süddeutschland werden die Wünsche des Lebensmitteleinzelhandels zu einem großen Teil auf dem Wege der Leihe abgewickelt. Es ist dort allgemein üblich, daß die Brauereien den Lebensmittelhändlern Flaschenbierkühlschränke leihweise zur Verfügung stellen. Da diese Sitte aber in den nördlichen und westlichen Bundesländern nicht handelsüblich ist, wird sie durch die in diesen Ländern vom Braugewerbe aufgestellten Wettbewerbsregeln im allgemeinen auch untersagt. Im Norden Deutschlands wird also der Anteil der Einzelhandelsdarlehen an den gesamten Darlehen einer Brauerei größer sein als in den süddeutschen Bundesländern, da dort die von den Einzelhändlern benötigten Kühlschränke durch Brauereidarlehen finanziert werden.

1) Vgl. Kapitel E I, S. 144 ff.

IV. Sonstige Darlehensnehmer (Vereine, Kantinen, Heime, Kioske, Stubenläden etc.)

Eine gewichtige Darlehensgruppe sind bei einigen Brauereien die Vereine. Es kommen in der Regel nur die Vereine in Frage, die eine Kantine bzw. ein Klubheim haben, in dem Bier ausgeschenkt werden kann. Das sind in erster Linie Sport- und Kleingartenvereine. Ihre finanziellen Mittel sind meist sehr beschränkt, die Mitglieder wollen aber in ihren Vereinsheimen auf einen gewissen Komfort nicht verzichten, also nehmen sie eine Bierbezugsverpflichtung bei einer Brauerei in Kauf und versuchen, dadurch einen möglichst günstigen Kredit bzw. andere Leistungen der Brauerei, wie verlorene Zuschüsse oder Leihmobiliar, einzutauschen. Da das Vereinsleben den Bierkonsum meist recht günstig beeinflusst, sind die Brauereien an der Bierbezugsverpflichtung eines Vereins immer interessiert. Außerdem steht die durchschnittliche Höhe der an diese Kundengruppe gewährten Darlehen im allgemeinen in einem recht günstigen Verhältnis zu ihrem Umsatz.¹⁾ Bei größeren Vereinen, die ihr Klubheim einem Kantinier verpachtet haben, nimmt oft dieser das Darlehen auf und nicht der Verein selbst.

Werkskantinen sind schon immer gute Bierabnehmer gewesen, da auf den Arbeiter der größte Pro-Kopf-Verbrauch an Bier entfällt.²⁾ Der Bierkonsum richtet sich aber nach dem Charakter der Arbeit, der ihn fördert, wie z.B. körperliche Arbeit in großer Hitze (Ziegelei, Papierfabrik) oder aber nimmt, wie z.B. vorwiegend sitzende Beschäftigung. Die geschäftlichen Beziehungen der Brauereien zu den Werkskantinen wurden in den letzten Jahren öfters durch den Erlaß eines Bierverbots für den ganzen Betrieb seitens der Werkleitung abgebrochen.

Eine Darlehenshingabe und die damit verbundene Bierbezugsverpflichtung an Kantinen kommt nur selten vor, da sich besonders größere Unternehmen im Bierbezug nicht binden können. Außerdem sind sie bei der Einrichtung ihrer Kantinen nicht auf die finanzielle Hilfe der Brauereien angewiesen. Es kommt aber vor, daß sich Kantinenpächter in Betrieben mittlerer Größe auf eine Bierbezugsverpflichtung einlassen, um das damit verbundene Darlehen zu erhalten.

1) Vgl. Tabelle 12, S. 152.

2) Vgl. Gröbl, Josef, a.a.O., S. 161.

Bei Kantinen der Bundeswehr darf der Pächter keine langfristigen Abnahmeverträge eingehen, insbesondere keine Verpflichtung, die ihn etwa über die Dauer seiner Pachtzeit hinaus oder gar seine Rechtsnachfolger binden könnte. Das geht aus den "Richtlinien für den Wirtschaftsbetrieb in Kameradschaftsheimen" (Kantinen) des Bundesministers für Verteidigung vom 5. 5. 1956 hervor.¹⁾ Die Pächter benötigen aber doch hin und wieder die finanzielle Unterstützung der Brauereien und gehen deshalb Verpflichtungen in Form von Bierlieferungsverträgen ein. Diese Verträge werden dann aber meist nicht schriftlich fixiert, sondern im gegenseitigen Vertrauen nur mündlich abgeschlossen.

Auch Krankenhäuser und Altersheime, deren Träger meist die öffentliche Hand ist, sind in geringem Umfang Bierabsatzstätten. Sie können aber im allgemeinen nicht durch Darlehensgewährung zum ausschließlichen Bierbezug veranlaßt werden, da die Träger dieser Einrichtungen eine feste Lieferantenverpflichtung untersagen. Außerdem macht ihr verhältnismäßig geringer Bierumsatz den Brauereien eine Darlehensgewährung nicht reizvoll genug.

Kioske setzen oft recht bedeutende Mengen Flaschenbier ab und sind aus diesem Grunde von den Brauereien gern gesehene Kunden. Da die Eigentümer von Kiosken meist nicht sehr vermögend sind und deshalb oft auf Kredite angewiesen sind, bietet sich in der Praxis öfter die Möglichkeit zum Abschluß eines Darlehens- und Bierlieferungsvertrages. Erleichternd kommt hinzu, daß Kioske nicht gezwungen sind, mehrere Biersorten zu führen, da sie als Verkaufsstellen, die über die gesetzliche Ladenschlußzeit hinaus geöffnet haben dürfen, in manchen Gegenden ein gewisses Monopol besitzen. Dem Eingehen einer Bierbezugsverpflichtung steht deshalb im allgemeinen kein begründeter Wunsch nach Sortimentsbildung gegenüber, wie dies beim Lebensmitteleinzelhandel der Fall ist.

Ein Brauereidarlehen versetzt einen Kleingewerbetreibenden oft erst in die Lage, einen Kiosk zu erwerben. In diesen Fällen wird dann der Brauerei als Sicherheit für das zur Verfügung gestellte Darlehen der ganze Kiosk sicherungsübereignet. Das Bestellen einer grundpfandrechtlichen Sicherheit hingegen ist meistens nicht möglich, da die Eigentümer eines Kiosks nur selten gleichzeitig auch Eigentümer des Grundstücks sind, auf dem die Verkaufsstelle errichtet wurde.

1) Vgl. Bayerischer Brauer-Bund e.V., München, Geschäftsbericht 1957/58, S. 48.

Die letzte größere Kundengruppe, die mit Darlehenswünschen an die Brauereien herantritt, sind die sog. Stubenläden. Stubenläden sind Bierverkaufsstellen in privaten Wohnungen, die das Bier in Kommission für die Brauerei oder den Biergroßhändler flaschen- oder kastenweise an den Endverbraucher abgeben. Sie sollen den Hausbewohnern und Leuten in der Nachbarschaft den Transport der schweren Bierflaschen weitgehend abnehmen und ihnen ermöglichen, auch außerhalb der Ladenschlußzeiten Bier zu erwerben. Das Bundesverwaltungsgericht hat durch Urteil vom 27. 9. 1962¹⁾ entschieden, daß Verkaufskommissionäre keinen Einzelhandel im Rechtssinne betreiben und daß deshalb für sog. Hausverkaufsstellen oder Stubenläden eine Erlaubnis nach dem Einzelhandelsgesetz nicht erforderlich ist.

Die Personen, die einen Stubenladen betreiben, schließen mit der Lieferbrauerei einen Kommissionsvertrag ab. Der Kommissionär braucht dann eventuell noch ein Darlehen zur Anschaffung eines Kühlschranks oder zum Ausbau eines Lagerraumes. Diese Darlehensgewährung ist aber im allgemeinen für das Zustandekommen des Kommissionsvertrages von untergeordneter Bedeutung, da es sich meistens nur um geringe Beträge handelt, die von jeder Brauerei gern zur Verfügung gestellt werden. Die Bindung des Kommissionärs an die Brauerei erfolgt bereits über den Kommissionsvertrag. Das Darlehen ist also nicht die Grundlage für den Abschluß einer Bierbezugsverpflichtung, sondern lediglich eine zusätzliche Leistung der Brauerei.

Ist der Umsatz des Kommissionärs gut, dann werden ihm manchmal auch Darlehen für rein private Zwecke zur Verfügung gestellt, wie das auch bei Einzelhändlern und Gastwirten vorkommen kann. Die Brauerei geht in all diesen Fällen von der Überlegung aus, daß sie versuchen muß, einen guten Kunden für einige Zeit zu verpflichten. Benötigt er keine finanzielle Unterstützung im geschäftlichen Bereich, an die eine Bierbezugsverpflichtung gekoppelt werden kann, dann kann man ihn eventuell über ein Darlehen für private Zwecke, z.B. zum Kauf eines Fernsehgerätes oder eines PKWs, für einige Jahre verpflichten. Das "Privatdarlehen" soll aber, genau wie das rein geschäftliche Darlehen, nur gegen eine entsprechende Absicherung gegeben werden und zu dem Bierumsatz des Kunden in einem angemessenen Verhältnis stehen.²⁾

1) BVerwG vom 27. 9. 1962, I C 68/60, zit. nach Bayerischer Brauer-Bund e.V., München, Geschäftsbericht 1962/63, S. 48.

2) Zur Beurteilung des Beitrags, den ein Kunde zum Gesamterfolg liefert, vgl. Kapitel D IV, 9., S. 135 ff.

Als Darlehensnehmer der Brauereien kommen also fast alle bedeutenden Kundengruppen der Brauereien in Frage. Dem Verfasser sind im Laufe seiner Untersuchungen, außer den bereits erwähnten, nachfolgende Kunden als Darlehensnehmer begegnet:

Baustellen, Studentenverbindungen, Studentenheime, Jugendheime (alkoholfreie Getränke), Kinos (Erfrischungsräume), Zeltverleiher (sie verleihen Bierzelte für Volksfeste, Schützenfeste etc.) Bordelle und Kommunen (zum Ausbau städtischer Gaststätten oder für Schwimmbäder, deren Getränkebelieferung dann dem Darlehensgeber vertraglich zugesichert wird).

D) Arten der Darlehen und ihre Abwicklung

1. Die Darlehensarten

Darlehen werden im allgemeinen nach den mit ihnen verbundenen Sicherheiten klassifiziert. Als Sicherheiten der Kundendarlehen der Brauereien kommen drei Möglichkeiten in Frage:

1. Die Sicherung am beweglichen Vermögen des Schuldners
2. Die Sicherung am unbeweglichen Vermögen des Schuldners
3. Die Sicherung durch persönliche Kreditmittel

Nach diesem Schema lassen sich nun auch die Darlehen gliedern:

1. Mobiliardarlehen
2. Immobiliardarlehen
3. Wechsel- und Bürgschaftsdarlehen

Als vierte Darlehensart wäre dann natürlich noch der Blankokredit zu erwähnen. In seiner reinen Form ist er im Braugewerbe zwar selten anzutreffen, manche Darlehen sind aber so unzureichend gesichert bzw. der Wert der Sicherungen ist so gering, daß sie einem Blankokredit gleichzusetzen sind.

1. Das Mobiliardarlehen

a) Allgemeines

Bei den Mobiliardarlehen steht dem Gläubiger, in unserem Fall der Brauerei, nur das bewegliche Vermögen des Schuldners als Sicherungsmittel zur Verfügung, da sich entweder keine Immobilien im Eigentum des Darlehensnehmers befinden oder diese bereits so belastet sind, daß sie keinen Sicherungswert mehr besitzen. Oft ist es aber so, daß Darlehensnehmer, die von der Brauerei ein Darlehen z.B. für die Anschaffung von Gaststätteninventar erhalten, nicht bereit sind, ein belastungsfähiges eigenes Grundstück zu beleihen. Sie bestehen darauf, daß das zum Ankauf von Mobiliar verwendete Darlehen nur mit diesem Mobiliar abgesichert wird. Sie sind verständlicherweise darauf bedacht, solange es geht, eine Belastung ihres Grundbesitzes zu vermeiden. Die Brauerei als Lieferant ist in diesen Fällen im allgemeinen gezwungen, den Wünschen des Kunden Rechnung zu tragen, oder sie läuft Gefahr, ihn zu verlieren. Bei diesen Überlegungen ist zu berücksichtigen, daß eine Grundschild oder eine Hypothek einer mobiliaren Sicherheit nicht immer überlegen zu sein braucht. Neuwertiges Inventar bietet einer Brauerei im Ernstfall u. U. eine bessere Sicherheit als eine letztrangige Hypothek, da das Inventar eventuell günstig veräußert oder wiederverwendet werden kann.

Für die breite Schicht der Gaststättenpächter, die keine grundpfandrechtlichen Sicherheiten stellen können, ist das Mobiliardarlehen von der Brauerei meist die einzige Möglichkeit, die für die Einrichtung des Pachtobjekts notwendigen Mittel zu beschaffen. Übernehmen sie eine neue Gaststätte oder ist das vorhandene Pachtobjekt neu einzurichten, dann muß bei Fehlen ausreichender eigener Mittel die Brauerei ein Inventardarlehen zur Verfügung stellen. Von der Möglichkeit der leihweisen Überlassung des Inventars durch die Brauerei soll zunächst abgesehen werden. Als Sicherheit für einen solchen Kredit kann der Gastwirt normalerweise nur das mit diesem Darlehen erworbene Mobiliar anbieten. Aber auch bei einem Pächterwechsel oder bei der Verpachtung einer bisher vom Eigentümer geführten Gaststätte benötigen die neuen Bewirtschafter zur Übernahme des vorhandenen Inventars fast regelmäßig die finanzielle Hilfe der Brauerei in Form eines Darlehens, das dann durch das erworbene Inventar abgesichert wird.

Soll ein Darlehen der Finanzierung einer Renovierung oder eines Umbaus der Gasträume dienen, dann können nur die bereits dem Kunden gehörenden Gegenstände für eine mobiliare Sicherung des Kredits in Frage kommen. Soll das Darlehen den Kauf von Einrichtungsgegenständen ermöglichen, dann dienen im allgemeinen auch diese Gegenstände der Absicherung des Darlehens.

b) Die Sicherungsarten am beweglichen Vermögen des Darlehensnehmers

Da eine Pfändung, d.h. die Inbesitznahme des der Sicherheit des Gläubigers dienenden Mobiliars nicht in Frage kommt, muß die Brauerei nach anderen Möglichkeiten zur Absicherung ihres Darlehens suchen. Sie hat z.B. die Möglichkeit, sich die beweglichen Vermögensgegenstände zur Sicherheit übereignen zu lassen. Die Sicherheitsübereignung ist vom Gesetzgeber nicht geregelt, von der Rechtsprechung aber ständig als rechtlich zulässig anerkannt worden.¹⁾ Es muß dabei ein sog. Besitzmittlungsverhältnis²⁾ vereinbart werden, das zum Ausdruck bringt, daß der Schuldner im unmittelbaren Besitz der übereigneten Sachen bleiben soll, während die Brauerei als Gläubiger mittelbarer Besitzer wird. Gewöhnlich wird als solches Rechtsverhältnis die Leihe vereinbart.³⁾ Die Brauerei muß sich aber in einer schuldrechtlichen Vereinbarung verpflichten, keine dem besonderen Zweck dieses Rechtsgeschäfts zuwiderlaufende Verfügung über den Sicherungsgegenstand zu treffen und daß nach Befriedigung ihrer Forderung das Eigentum an den Sicherungsgegenständen wieder an den Schuldner zurückfällt.

Bei der vertraglichen Abwicklung der Sicherungsübereignung muß auf eine bestimmte und klare Bezeichnung aller übereigneten Gegenstände geachtet werden. Es genügt keinesfalls, im Darlehens- und Bierlieferungsvertrag allgemein das "Wirtschaftsinventar" als übereignet zu bezeichnen, da die Rechtsprechung hinsichtlich der Übereignung von Sachgesamtheiten uneinheitlich ist.³⁾ Dem wird in der Praxis im allgemeinen dadurch Rechnung getragen, daß dem Darlehensvertrag ein Inventarverzeichnis als Anlage beigegeben wird.

Ein Nachteil der Sicherungsübereignung liegt darin, daß im Falle der Identität von Darlehensnehmer und Grundstückseigentümer das Inventar zusammen mit dem Grundstück für die auf dem Anwesen lastenden Hypotheken haftet.⁴⁾ Es kann also im Ernstfalle dazu kommen, daß dieses Inventar von der Zwangsvollstreckung mit ergriffen wird. Ein durch Sicherungsübereignung abgedecktes Darlehen kann sich also in einem solchen Fall sehr schnell als ungesicherte Forderung erweisen.⁵⁾

1) Vgl. Künstler, Leopold, a.a.O., S. 179.

2) Vgl. §§ 930 und 868 BGB.

3) Vgl. Künstler, Leopold, a.a.O., S. 182.

4) Zubehör eigenschaft des Wirtschaftsinventars gemäß § 1120 BGB.

5) Vgl. Fisch, Franz, Die betriebswirtschaftliche Finanzierung der Brauereien, Diss. München 1952, S. 172.

Handelt es sich bei dem Darlehensnehmer um einen Pächter, d.h. gehört ihm das Gaststättengrundstück nicht, so kann eine andere Schwierigkeit auftauchen. Stellt der Pächter seine Tilgungen an dem ihm von der Brauerei gewährten Darlehen ein und die Brauerei will daraufhin die ihm übereigneten Sicherheiten verwerten, so kann das unmöglich werden, wenn der Darlehensnehmer dem Grundstückseigentümer auch seine Pacht schuldig geblieben ist. In diesem Fall greift nämlich das gesetzliche Pfandrecht des Verpächters ein. Es besteht nach § 559 in allen vom Pächter als Eigentum eingebrachten Sachen, auch wenn diese an Dritte (beispielsweise die Brauerei) übereignet wurden, bevor der Pachtrückstand eintrat. Sogar bei Anschaffung des Mobiliars mit Hilfe des Brauereidarlehens und sofortiger Übereignung an die Brauerei ist der Gastwirt mindestens eine "logische Sekunde" lang Eigentümer dieser Gegenstände gewesen. Dies genügt, um das gesetzliche Vermieterpfandrecht in Lauf zu setzen.

Um diese Nachteile der Sicherungsübereignung zu umgehen, sind viele Brauereien bei der Kreditierung von Inventarneuanschaffungen ihrer Kunden dazu übergegangen, das Inventar selbst zu kaufen und es an den Wirt unter Eigentumsvorbehalt weiterzuverkaufen. In Höhe der von der Brauerei bezahlten Inventarrechnung erhält der Wirt dann ein Darlehen. Erst nach vollständiger Tilgung des Darlehens geht das Eigentum des Inventars auf ihn über. Vermieterpfandrecht und Hypothekenhaftung sind auf diese Weise ausgeschaltet, denn der Wirt war nie, nicht einmal eine "logische Sekunde" lang, Eigentümer des Gaststätteninventars. Er erlangt es erst nach vollständiger Tilgung seiner Darlehensschulden. Wo niemals ein Eigentum des Schuldners vorgelegen hat, können auch die Hypothekenhaftung und das Vermieterpfandrecht nicht wirksam werden.

Aber auch der Eigentumsvorbehalt hat Nachteile. Einmal muß die Brauerei für den Kauf und den anschließenden Weiterverkauf der Gaststätteneinrichtung an den Wirt Umsatzsteuer bezahlen. Zweitens greift bei Zahlungsverzug des Schuldners das Abzahlungsgesetz ein, da es sich um einen Ratenkauf des Gastwirtes bei der Brauerei handelt, wenn dieser auch in Form eines Darlehensgeschäftes abgewickelt wird. Dieses Eingreifen des Abzahlungsgesetzes bedeutet: Nimmt die Brauerei die Gegenstände bei Zahlungsverzug des Schuldners auf Grund ihres Eigentumsvorbehaltes zurück, so braucht der Darlehensnehmer an die Brauerei nach § 2 Abs. 1 Satz 2 AbzG nur den Wert der Gebrauchsüberlassung zu vergüten.¹⁾

1) Vgl. Vieth, Ronald, Verbesserte Absicherung von Brauereidarlehen, in: Brauwelt 1962, S.605 ff.

Bei der Feststellung dieses Wertes ist zwar die inzwischen eingetretene Wertminderung zu berücksichtigen, doch kann diese sehr wohl bedeutend höher sein, als der Wert der Gebrauchsüberlassung, welcher grundsätzlich dem Mietpreis für derartige Gegenstände gleichzusetzen ist.¹⁾

Vieth¹⁾ schlägt nun vor, statt des Eigentumsvorbehalts oder der Sicherungsübereignung bei der Neuinventarisierung von Gaststätten die Direktübereignung zu wählen: "Der Darlehensnehmer schließt in diesem Fall den Darlehensvertrag mit der Brauerei und den Kaufvertrag mit dem Lieferanten. Der Lieferant liefert die Gegenstände unter Eigentumsvorbehalt. Die Brauerei bezahlt den Kaufpreis an den Lieferanten zu Lasten des Darlehenskontos. Der Lieferant hat gleichzeitig das von ihm vorbehaltene Eigentum direkt an die Brauerei abzutreten (§ 931 BGB). Auf diese Weise wird der Darlehensnehmer niemals, auch nicht für eine logische Sekunde, Eigentümer der Gegenstände, bevor das Darlehen abgetragen ist. ... Andererseits hat die Brauerei keinen Kaufvertrag, sondern einen Darlehensvertrag mit dem Darlehensnehmer geschlossen, wobei das Darlehen durch ein Sicherheitseigentum abgesichert ist. Auf diesen Fall kann das Abzahlungsgesetz keine Anwendung finden und die Umsatzsteuerpflicht der Brauerei entfällt."

Es handelt sich hier um einen äußerst findigen Vorschlag, der gut geeignet ist, bei der Kreditierung der Neuausstattung einer Gaststätte mit Inventar Verwendung zu finden. Die Zustimmung des Wirtes zu dieser Finanzierungsart wird ebenso leicht zu gewinnen sein wie bei einer Sicherungsübereignung oder beim Inventarkauf durch die Brauerei. Bei den Darlehen aber, die nicht der Neuinventarisierung dienen, wird, falls die Absicherung durch Mobilien erfolgen soll, die Sicherungsübereignung immer noch die einzige Möglichkeit sein, denn wenn sich der Sicherungsgegenstand bereits im Eigentum des Darlehensnehmers befindet, dann ist die Direktübereignung nicht mehr durchzuführen.

c) Leihinventar als Ersatz des Mobiliardarlehens

Im Süden Deutschlands spielen die eben angeschnittenen Fragen des Mobiliardarlehens eine geringere Rolle als im nord- und westdeutschen Raum, denn dort wird den Gastwirten das Inventar in vielen Fällen von der Brauerei leihweise zur Verfügung gestellt. Eine Darlehensgewährung zur Anschaffung von Mobiliar erübrigt sich dann. Dieser Handelsbrauch ist in

1) Vgl. Vieth, Ronald, a.a.O., S. 605 ff.

Süddeutschland schon Jahrhunderte alt und die starke Konkurrenz auf dem dortigen Biermarkt sowie die im Vergleich zu Nord- und Westdeutschland um 10,-- bis 20,-- DM pro Hektoliter geringere Handelsspanne des Gaststättengewerbes verhindert, daß die in der Tradition der Beziehung zwischen Brauerei und Wirt verwurzelte leihweise Zurverfügungstellung von Inventar von heute auf morgen durch die Darlehensgewährung ersetzt werden kann.

Leihe ist gemäß § 598 BGB unentgeltlich. Auch muß der Entleiher nur Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit verantworten, nicht dagegen die Abnutzung, die durch vertragsgemäßen Gebrauch herbeigeführt wird.¹⁾ Dieser Verschleiß geht also zu Lasten der Brauerei, die sich daher bei der Inventarleihe bedeutend schlechter stellt, als wenn sie dem Gastwirt den für die Anschaffung des Inventars benötigten Betrag darlehensweise zur Verfügung stellen würde.

Im allgemeinen wird dem Kunden das sog. *Großinventar* leihweise zur Verfügung gestellt. Darunter versteht man: Buffet (Tresen), Gläserschrank (Rückwandbuffet), Tische, Stühle, im Gegensatz zum Begriff des *Kleininventars*, worunter das Geschirr, die Küchengeräte, die Vorhänge usw. zusammengefaßt sind. Das *Großinventar* hat in einer Gaststätte mittlerer Größe und Güte ungefähr einen Neuwert von 20.000,-- bis 30.000,-- DM. Erfahrungsgemäß sind diese Gegenstände aber nach zehn Jahren so abgenutzt, daß sie ersetzt werden müssen. Bei einer vorzeitigen Rücknahme der Gegenstände durch die Brauerei aus irgendeinem besonderen Anlaß (z.B. bei einer Vertragsverletzung des Kunden), können sie nur in Ausnahmefällen wieder für ein anderes, gleichwertiges Gaststättenobjekt verwendet werden. Wirtschaftlich betrachtet ist diese Leihe demnach einem verlorenen Zuschuß gleichzusetzen.²⁾ Dies gilt in besonderem Maße für die Verträge, in denen vereinbart wird, daß die Leihgegenstände nach Ablauf des Vertrages in das Eigentum des Kunden übergehen.

Leihverträge können die alleinige Ursache für den Abschluß eines Bierlieferungsvertrages sein, sie können aber auch z.B. zusammen mit einem Darlehen die Gegenleistung der Brauerei bei der Begründung einer Bierbezugsverpflichtung sein. Die Dauer des

1) Vgl. §§ 602, 599, 276 BGB.

2) Vgl. Künstler, Leopold, a.a.O., S. 69.

Bierlieferungsvertrages verlängert sich dann entsprechend dem Werte des Leihinventars. Interessant ist in diesem Zusammenhang ein Urteil des Bundesgerichtshofs vom 27. 12. 1959,¹⁾ in dem zum Ausdruck gebracht wird, daß der Gastwirt, der von einer Brauerei Einrichtungsgegenstände leihweise, d.h. ohne dafür Miete zu bezahlen, erhält, damit rechnen muß, daß er sich dadurch zum ausschließlichen Bezug der Biere dieser Brauerei verpflichtet.

In der Brauereipraxis sind bei der leihweisen Inventargestellung mehrere Abwicklungsmethoden gebräuchlich. Der gravierendste Unterschied liegt darin, daß das Inventar einmal immer im Eigentum der Brauerei bleibt, das andere Mal nach einer bestimmten Zeitspanne, meist nach Ablauf der Bierbezugsverpflichtung, in das Eigentum des Wirtes übergeht. Der Kunde muß diese Überlassung der Gegenstände in der Regel mit einer längeren Bierbezugsverpflichtung honorieren. M. E. ist dieser Verzicht auf das Eigentum an diesen Gegenständen nach Ablauf des Vertrages in den wenigsten Fällen eine echte Leistung der Brauerei, sondern mehr ein psychologisches Moment, das es dem Wirt erleichtern soll, eine längere Verpflichtung einzugehen. Die Brauerei kann dieses bereits jahrelang genutzte Inventar in der Regel doch nicht mehr verwerten.

d) Inventarmiete als Ersatz des Mobiliardarlehens

Die Praxis hat in einer Vielfalt individueller Verträge eine große Zahl von Varianten bei der Gestaltung von Bierlieferungsverträgen in Verbindung mit der Ausstattung von Gaststätten mit Inventar herausgebildet. Die Inventarüberlassung in Form von Miete ist eine davon. Sie ist nach Künstler²⁾ von verhältnismäßig geringer Bedeutung. Einige Brauereien wickeln aber ihre ganze Inventarisierung von Gaststätten auf die Weise ab, daß sie mit den Wirten Miet- und Bierlieferungsverträge schließen. In den meisten dieser Verträge steht es dem Kunden frei, die gemieteten Gegenstände käuflich zu erwerben. Als Kaufpreis gilt der zu Beginn des Mietvertrages festgesetzte Wert der Gegenstände. Er wird gemindert um den vom Mieter in der bisherigen Laufzeit des Vertrages gezahlten Mietzins. Im Grunde handelt es sich hier also um einen als Miete deklarierten Abzahlungskauf, denn der Kunde wird die Gegenstände in der Regel erst dann "käuflich erwerben", wenn der Kaufprets durch seine

1) BGH v. 22. 12. 1959 VIII ZR 9/59, zit. nach Klotz, Walter, Inventarleihverträge mit Bierbezugsverpflichtung, in: Brauwelt 1960, S. 621.

2) Vgl. Künstler, Leopold, a.a.O., S. 70.

Mietzahlungen bereits "abgezahlt" ist. Abzahlungsgesetz und Umsatzsteuer, die Nachteile, wenn die Inventarisierung mit Eigentumsvorbehalt erfolgt, sind damit umgangen worden.¹⁾

Diese verschiedenartigen Vertragsgestaltungen, die die direkte Darlehensgewährung der Brauerei an ihre Kunden vermeiden, erschweren den Vergleich der Brauereibilanzen. Ein Unternehmen, das die gesamte Kundenfinanzierung auf dem Wege der direkten Darlehensgewährung abwickelt, hat zwangsläufig einen höheren Betrag in der Bilanzposition "Darlehen" stehen, als ein Unternehmen, das seine Kunden zum großen Teil über Leihinventar oder Inventarmiete bindet. Bei letzteren erscheinen die in den Absatzstätten investierten Mittel in der Bilanzposition "Betriebs- und Geschäftsausstattung", in die noch viele andere Konten einmünden.

2. Das Immobiliendarlehen

a) Die Hypothek

Eine Hypothek ist ein akzessorisches Grundpfandrecht. Die Verwirklichung dieses Rechts im Zwangsvollstreckungsverfahren ist also abhängig vom Bestehen der Forderung, für die sie eingetragen wurde. Leistet der Darlehensnehmer auf seine hypothekarisch gesicherte Schuld Rückzahlungen, dann wandelt sich die Hypothek in dieser Höhe in eine ihm als Grundstückseigentümer zustehende Grundschuld, die sog. Eigentümergrundschuld um. In Höhe der Eigentümergrundschuld wird dem Gläubiger der Sicherungsbetrag entzogen. Eine darlehensgewährende Brauerei kann also mit einer Hypothek lediglich das damit verbundene Darlehen absichern und nicht etwa noch bestehende Restschulden des Darlehensnehmers aus Bierlieferungen und alten Mobiliar-Darlehen. An sich wird ein Grundpfandrecht nicht bestellt, um etwa entstehende Warenforderungen abzudecken, die grundsätzlich kurzfristig sein sollen. Es erweist sich aber in der Praxis, z.B. im Konkursfalle des Gastwirts, oft als vorteilhaft, wenn das diesem Kunden gegebene Darlehen nicht durch ein akzessorisches Grundpfandrecht (Hypothek), sondern durch eine Grundschuld abgesichert ist, da in diesen Fällen meist auch Bierforderungen bestehen, die ohne diese Absicherung wahrscheinlich verlören wären.

1) Vgl. dazu Kapitel D 11 b, S. 76 ff., das die Nachteile dieser Art der Absatzfinanzierung, Eingreifen des Abzahlungsgesetzes und Entstehen von Umsatzsteuer erläutert.

Neben der eben erläuterten Grundform der Hypothek, der sog. Verkehrshypothek, kommt auch noch die in §§ 1184 ff. BGB geregelte Sicherungshypothek als Sicherung für Wirtendarlehen der Brauereien in Frage. Sie ist nicht verkehrsfähig, d.h. sie existiert nur in Form der Buchhypothek, es wird über sie also kein Hypothekenbrief ausgestellt. Sie ist dadurch gekennzeichnet, daß sich der Gläubiger zum Beweis seiner Forderung nicht auf die Eintragung im Grundbuch berufen kann,¹⁾ d.h. er muß im Streitfall das Bestehen der Forderung nachweisen. Zu dem Nachteil der Akzessorität kommt hier als weiterer Nachteil die Pflicht, im Falle der Zwangsversteigerung das Bestehen einer Forderung erst nachweisen zu müssen. Dies ist bedingt durch den reinen Sicherungscharakter dieser Hypothek. Sie ist, gesehen vom Gläubiger Brauerei, nicht geeignet, seine Rechte wirksam zu unterstützen.

Die Sicherungshypothek in Form der Höchstbetragshypothek ist besser geeignet, sämtliche Forderungen, die die Brauerei gegenüber einem Kunden hat, abzusichern, denn es wird nur der Höchstbetrag festgelegt, mit dem das Grundstück haften soll.²⁾ Im übrigen bleibt die Feststellung der Forderung vorbehalten.³⁾ Sie ist, da es sich bei ihr um eine Sicherungshypothek handelt, immer Buchhypothek, d.h. sie ist nicht verkehrsfähig. Dieser Gesichtspunkt ist auch für den Schuldner, den Wirt, wichtig, denn er kann ganz sicher sein, daß die Brauerei die Hypothek nicht verkauft, da sich der öffentliche Glaube des Grundbuches nicht auf die Forderung erstreckt, wie das bei der Verkehrshypothek der Fall ist. Es ist deshalb auch nicht möglich, den Grundstückseigentümer der sofortigen Zwangsvollstreckung zu unterwerfen, wenn man eine durch Höchstbetragshypothek gesicherte Forderung gegen ihn hat, sondern man muß sich erst einen vollstreckbaren Titel durch Klage verschaffen.⁴⁾

b) Die Grundschild

Es liegt in der Natur der Sache, daß alle Brauereien, wenn eine grundpfandrechtliche Sicherung ihrer Darlehen in Frage kommt, bestrebt sind, eine Grundschild und nicht eine Hypothek eintragen zu lassen, da die Grundschild keinen akzessorischen Charakter hat.⁵⁾

1) Vgl. § 1184 Abs. 1 BGB.

2) Vgl. Schottenhamel, Max, Die Brauerei in ihren volkswirtschaftlichen Beziehungen zur Gaststätte als Unternehmer, Lieferant und Bankier, Diss. München 1938, S. 68.

3) Vgl. § 1190 BGB.

4) Vgl. Künstler, Leopold, a.a.O., S. 187.

5) Vgl. § 1191 BGB.

Sie gibt dem Gläubiger eine starke Stellung, weil sie vom Vorhandensein einer bestehenden persönlichen Forderung unabhängig ist. Sie dient ihrer Natur nach nicht zur Sicherung einer dem Gläubiger zustehenden Forderung, sondern sie ist eine von jedem Rechtsgrund losgelöste abstrakte Grundstücksbelastung.¹⁾

Die Grundschuld muß auf eine bestimmte Summe eingetragen werden, die in der Regel nicht höher ist als die Forderung aus dem Darlehen. Erhält beispielsweise ein Gastwirt ein Darlehen in Höhe von 10.000,-- DM, dann wird, bei einer Sicherung durch Grundschuld, diese im allgemeinen auch in einer Höhe von 10.000,-- DM eingetragen. Eine höhere Grundschuld einzutragen, wird wahrscheinlich an dem berechtigten Widerstand des Darlehensnehmers scheitern. Normalerweise wird nun die Darlehensschuld in den ersten Jahren durch Tilgungen abnehmen. Die Grundschuld valutiert aber weiterhin in der eingetragenen Anfangshöhe. Die Differenz zwischen der Höhe der Grundschuld und dem jeweiligen Darlehenssaldo kann der Brauerei dann zur Sicherung eventuell noch bestehender Forderungen aus Bierlieferungen etc. dienen. Dies setzt natürlich voraus, daß die Grundschuld in einem Rang eingetragen ist, der eine Befriedigung im Konkursfall ermöglicht.

Außer der bei der Grundschuld nicht vorhandenen Akzessorität hat dieses Sicherungsmittel noch einen weiteren Vorteil gegenüber der oben erwähnten Höchstbetragshypothek. Der Grundstückseigentümer kann sich mit Wirkung für alle Rechtsnachfolger der sofortigen Zwangsvollstreckung unterwerfen, und der Gläubiger kann sich in diesem Verfahren wegen der Höhe seiner Forderung auf die Eintragung im Grundbuch berufen. Bei der Höchstbetragshypothek dagegen muß er im Zwangsversteigerungsverfahren die Höhe seiner Forderung nachweisen können.

Auf die Ausstellung eines Grundschuldbriefes wird in der Regel verzichtet, da die Brauerei an einer anderweitigen Verwendung der Grundschuld nicht interessiert ist.²⁾ In dieser Übung kommt wieder einmal deutlich zum Vorschein, daß der Brauerei nicht an der Kreditgewährung als solcher gelegen ist, sondern daß es ihr darauf ankommt, den Darlehensnehmer für einige Zeit als Kunden zu gewinnen. Eine Verwertung der Grundschuld durch Verkauf des Grundschuldbriefes widerspricht, solange die Absatzstätte im Konkursverfahren nicht versteigert wird, den Interessen der darlehensgewährenden Brauerei.

1) Vgl. Schessl, Rudolf, a.a.O., S. 58.

2) Vgl. Schessl, Rudolf, a.a.O., S. 60.

3. Wechsel- und Bürgschaftsdarlehen

Auch der Wechsel, meist in Form des vom Darlehensnehmer ausgestellten eigenen Wechsels, findet bei der Sicherung von Kundendarlehen der Brauereien Verwendung. Der Vorteil dieses Sicherungsmittels liegt in seiner Abstraktheit, d.h. in der Losgelöstheit des Wechsels von der ihm zugrundeliegenden Forderung und der dadurch ermöglichten schnellen Durchsetzbarkeit dieser Forderung im Wechselprozeß.

In der Praxis dient der Wechsel nur der Sicherung kurzfristiger, kleiner Darlehen oder als Sicherheit für die Erfüllung des Bierlieferungsvertrages.¹⁾ Er ist nicht für den Umlauf gedacht und bleibt im Portefeuille der Brauerei liegen, wobei er, um die Verjährung zu verhindern, alle zwei Jahre verlängert werden muß.²⁾

Der Wechsel wird hier nur als Sicherungsmittel gesehen und nicht als Mittel, um die durch das Darlehensgeschäft stark beanspruchte Liquidität der Brauerei zu stärken. Wie die Brauereien durch Diskontierung von Wechseln, die ihnen die Kunden in Höhe ihrer Darlehensschulden geben, ihre Liquidität verbessern, wird in einem anderen Kapitel dieser Arbeit behandelt.³⁾

Manchmal kommt es auch vor, daß ein Kunde, der von einer Brauerei ein Darlehen zur Verfügung gestellt haben will, als Sicherheit einen Bürgen anbietet. Der Bürge wird im allgemeinen als zusätzliche Garantie für unzureichende reale Sicherungen herangezogen, er kann aber auch die einzige Absicherung des Darlehens darstellen. Die Bürgschaft als Kreditsicherungsmittel liegt an der Grenze zwischen dem Realkreditsicherungsmittel und dem persönlichen Kreditsicherungsmittel. Eigentlich fehlt das Merkmal der realen Sicherung, die Zurverfügungstellung eines besonderen Haftungsobjektes. Indirekt ist es aber im Vermögen des Bürgen vorhanden. Die personale Seite, die ganz eindeutig überwiegt, kommt durch die Person des Bürgen zum Tragen, sie muß die Voraussetzungen für eine Personalkreditgewährung erfüllen.²⁾ Wenn möglich wird sich die Brauerei eine selbstschuldnerische Bürgschaft geben lassen, um der Einrede der Vorausklage durch den Bürgen zu entgehen.⁴⁾

1) Vgl. Künstler, Leopold, a.a.O., S. 189.

2) Vgl. Schessl, Rudolf, a.a.O., S. 67.

3) Vgl. Kapitel D IV 8 b, S. 134 f.

4) Vgl. § 773 BGB.

II. Indirekte Sicherungen des Darlehens

Die Vereinbarung einer Vertragsstrafe im Darlehens- und Bierlieferungsvertrag, sowie die Eintragung einer beschränkt persönlichen Dienstbarkeit auf dem Grundstück des Darlehensnehmers sind primär Sicherheiten für die Erfüllung der Bierbezugsverpflichtung durch den Darlehensnehmer. Da aber die Bezugsverpflichtung enthaltende Darlehens- und Bierlieferungsvertrag aber ein in sich geschlossenes, einheitliches Gebilde ist; kann das eine nicht ohne das andere untersucht werden. Es ist in diesem Zusammenhang also auch notwendig, daß die Sicherungsmöglichkeiten für die durch die Darlehenshingabe erreichte Bierbezugsverpflichtung behandelt werden.

1. Die Vertragsstrafe

In fast allen Bierlieferungsverträgen wird, um den Kunden von einer Vertragsverletzung abzuhalten, eine Vertragsstrafe vorgesehen. Da das Hauptinteresse der Brauerei an einem Bierlieferungsvertrag in der vollständigen Erfüllung der Bierabnahmepflicht des Kunden liegt, ist auch die Vertragsstrafe auf das Nichterfüllen dieser Pflicht abgestellt. Sie gilt als verwirkt, wenn der Kunde vertragswidrig Bier einer anderen Brauerei bezieht. Die Strafe berechnet sich nach den vom Vertragspartner bezogenen Hektoliter Fremdbier.

Entscheidend in diesem Zusammenhang ist die Höhe der Strafe, die für jeden vertragswidrig bezogenen Hektoliter Fremdbier bezahlt werden muß, denn eine zu noch festgesetzte Vertragsstrafe kann bei Streitfällen mit Kunden, die nicht Kaufleute im Sinne des Handelsgesetzbuches sind, von einem Gericht auf ein normales Maß reduziert werden.¹⁾ Im allgemeinen wird eine Vertragsstrafe von 10, -- DM pro Hektoliter Fremdbier als angemessen und üblich angesehen.²⁾ Der Mustervertrag, der von den Hamburger Brauereien und dem dortigen Gaststättengewerbe zur Vereinheitlichung der Darlehens- und Bierlieferungsverträge ausgearbeitet worden ist, sieht sogar eine Vertragsstrafe von 25, -- DM pro Hektoliter Fremdbier vor. Es sind auch schon Gerichtsentscheidungen ergangen, in denen als Vertragsstrafe 40 % des Bierpreises (ca. 30, -- DM) akzeptiert wurden.³⁾

1) Vgl. § 343 BGB; § 348 HGB.

2) Vgl. OLG Düsseldorf, § U 57/50, vom 26. 6. 1950, Die Brauerei 1951, S. 11.

3) Vgl. LG Darmstadt, 1 C 217/52, vom 16. 1. 1953, Die Brauerei 1953, S. 525.

Derartig hohe Vertragsstrafen in Bierlieferungsverträgen sind abzulehnen. Zwar soll die Vertragsstrafe abschreckend wirken, sie soll durch ihre psychologische Wirkung den Kunden von einer Vertragsverletzung abhalten, aber Außenstehende können dadurch zu falschen Schlüssen auf die Gewinnverhältnisse im Braugewerbe veranlaßt werden. Denn die Vereinbarung einer Vertragsstrafe in Höhe von 40 % des Bierpreises bedeutet nicht, daß diese Brauerei mit einem Gewinnaufschlag von 40 % operiert. In dieser Vertragsstrafe ist neben dem entgangenen Gewinn auch noch ein Teil der fixen Kosten enthalten, zu deren Deckung die auf Grund der Vertragsverletzung nicht abgesetzten Hektoliter beigetragen hätten.

Es gibt aber auch Unternehmen im Braugewerbe, die die Aufnahme einer Vertragsstrafe in ihre Bierlieferungsverträge grundsätzlich ablehnen. Die Geschäftsleitungen dieser Brauereien bestreiten die abschreckende Wirkung der Vertragsstrafe. M. E. ist das aber ein Zeichen für die schwache Position der betreffenden Brauerei auf dem Markt, die es ihr nicht möglich macht, diese Vertragsklausel gegenüber ihren Kunden durchzusetzen. Ein Wirt, der die Absicht hat, den mit der Brauerei geschlossenen Vertrag zu erfüllen, wird gegen eine Klausel, die eine Strafe für den Fall der Vertragsverletzung vorsieht, nichts einwenden können.

Als weiteres Argument gegen die Vertragsstrafe wird vorgebracht, daß sie nicht durchsetzbar sei. Es mag wohl Fälle geben, in denen die Brauerei aus Rücksicht auf die bisher guten Geschäftsbeziehungen den Kunden wegen einiger Hektoliter Fremdbier nicht durch Geltendmachen der Vertragsstrafe verärgern will. Solche Fälle sollen aber im Sinne einer zielbewußten und konsequenten Geschäftspolitik die Ausnahme bilden. Die Verletzung eines Bierlieferungsvertrages ohne Vertragsstrafenvereinbarung kann zwar vor einem ordentlichen Gericht eingeklagt werden, dieser Weg ist aber kompliziert, da der Schaden, der der Brauerei entstanden ist, durch das Gericht erst ermittelt werden muß. Die Vereinbarung einer Vertragsstrafe erleichtert es also einer Brauerei, konsequent zu sein.

Die echte Vertragsstrafe schließt die Geltendmachung von Schadensersatzansprüchen, welche die Brauerei bei Vertragsverletzung vom Wirt fordern kann, nicht aus, da sie lediglich ein Abschreckungsmittel sein soll.¹⁾ Nur bei der sog. unechten Vertragsstrafe, d.h. bei Vertragsstrafen, denen nach dem Parteiwillen die Bedeutung zukommen soll, im Schadensersatzfalle

1) Vgl. Trepte, Adolf, Vertragsgestaltung im Braugewerbe, in: Brauwelt 1963, S. 1769.

einen Streit über die Höhe des Schadens zu vermeiden, ist eine weitergehende Schadensersatzforderung der Brauerei ausgeschlossen.¹⁾ Die meisten Brauereien, die eine Vertragsstrafe vereinbaren, nehmen deshalb in den Vertrag die Bestimmung auf: "Die Vertragsstrafe schließt eine darüber hinausgehende Schadensersatzforderung nicht aus." Dadurch wird klar zum Ausdruck gebracht, daß es sich um eine echte Vertragsstrafe handelt.

2. Die dingliche Sicherung der Bierbezugsverpflichtung

Der Bierlieferungsvertrag sichert das Lieferrecht der Brauerei nicht in allen Situationen. Als schuldrechtlicher Vertrag bindet er nur die Vertragspartner, nicht aber deren Rechtsnachfolger. Er bindet sie auch dann nicht, wenn der Vertrag die übliche Rechtsnachfolgeklausel enthält. Diese Klausel besagt lediglich, daß der Wirt verpflichtet ist, bei Veräußerung des Grundstücks seinem Rechtsnachfolger die Bierbezugsverpflichtung aufzuerlegen. Tritt der Käufer aber nicht in die Verpflichtung ein, so stehen der Brauerei nur gegen den Veräußerer, ihren Vertragspartner, Ansprüche auf Erfüllung bzw. Schadensersatz zu. Trotz Bestehens eines Bierlieferungsvertrages kann die Brauerei die Absatzstätte also verlieren.²⁾ Dem kann sie aber vorbeugen, wenn sie ihr Bierlieferungsrecht dinglich sichert.

Diese dingliche Sicherung kann theoretisch durch eine Reallast, durch eine beschränkt persönliche Dienstbarkeit oder eine Grunddienstbarkeit erfolgen. Würde die Rechtsform der Reallast gewählt,³⁾ so müßte diese die positive Verpflichtung zum Gegenstand haben, daß gesamte auf dem belasteten Grundstück zum Ausschank kommende Bier ausschließlich von der berechtigten Brauerei zu beziehen. Dem steht aber nach Ansicht der Rechtsprechung die Gewerbeordnung entgegen, die in der Bierlieferungsreallast ein Wiederaufleben der ausschließlichen Gewerbeberechtigungen, der sogenannten "Zwangs- und Bannrechte", sieht.⁴⁾ Anders ist es mit der Eintragung einer beschränkt persönlichen Dienstbarkeit⁵⁾ oder einer Grunddienstbarkeit⁶⁾. Diese werden, die entsprechende Formulierung vorausgesetzt, von den Gerichten ohne weiteres zu Gunsten einer Brauerei eingetragen.

1) Vgl. Trepte, Adolf, Vertragsgestaltung im Braugewerbe, in: Brauwelt 1963, S. 1769.

2) Vgl. Herlitz, Günther, Bierlieferungsrecht und Dienstbarkeit, in: Tageszeitung für Brauerei 1962, S. 507.

3) § 1105 BGB.

4) Anderer Ansicht: Künstler, Leopold, a.a.O., S. 167 f.; Höchtl, Franz, Die dingliche Sicherung von Bierbezugsverpflichtungen durch Reallast und Dienstbarkeit, Diss. München 1960, S. 165.

5) § 1090 BGB.

6) § 1018 BGB.

Formulierungsvorschlag von Ammon:¹⁾

"Herr ... bewilligt und beantragt als Eigentümer des Grundstücks ... vorgetragen im Grundbuch der Steuergemeinde ... Bd. ... Bl. ... zu Gunsten der Brauerei ... die Eintragung einer Grunddienstbarkeit des Inhalts, daß auf dem Grundstück des Herrn ... keine Gastwirtschaft, Schankwirtschaft, Bierdepot oder sonstige Bierabgabestelle betrieben werden darf."

Dazu empfiehlt Ammon einen privatschriftlichen oder notariellen Zusatz seitens der Brauerei mit folgendem Text:

"Brauerei gestattet Herrn ... den Betrieb einer Gastwirtschaft oder Schankwirtschaft auf die Dauer von ... Jahren bzw. solange Herr ... den mit der Brauerei geschlossenen Bierlieferungsvertrag in vollem Umfang erfüllt."

Die Eintragung einer beschränkt persönlicher Dienstbarkeit hat das Landgericht Kiel durch Beschluß vom 17. 9. 1962 zugelassen.²⁾ Es wurde auch hier wie bei Ammon die negative Formulierungsweise gewählt. Auf dem belasteten Grundstück darf danach der Betrieb einer Gastwirtschaft oder einer sonstigen Bierabgabestelle nicht ausgeübt werden, es sei denn, die berechnigte Brauerei stimmt zu. Der Eigentümer bestellt dem Berechnigten das dingliche Recht, während der Berechnigte gleichzeitig schuldrechtlich gegenüber dem Eigentümer auf die Ausübung des dinglichen Rechts verzichtet.

Die obigen Formulierungen der Dienstbarkeit geben der berechnigten Brauerei nicht die Möglichkeit, mit einer dinglichen Klage die Unterlassung anderweitigen Bierbezugs zu verlangen. Die Brauerei kann nur auf Grund ihres dinglichen Rechts den Betrieb der Gastwirtschaft auf diesem Grundstück ganz verbieten und dadurch eventuell die Einstellung des Fremdbierbezugs erreichen.³⁾ Die Aufrechterhaltung des Betriebes der Gaststätte, ein Faktor, an dem der Brauerei viel gelegen ist, kann sie aber nicht erzwingen. Bei der Eintragung der Bierbezugsverpflichtung als Reallast würden diese Schwierigkeiten nicht auftreten.

Der Grundstückseigentümer wird im allgemeinen dem Wunsch der Brauerei, zu ihren Gunsten auf seinem Grundstück eine Dienstbarkeit eintragen zu lassen, ablehnend gegenüberstehen.

1) Ammon, Sicherung von Bierbezugsverpflichtungen durch Grunddienstbarkeiten, in: Die Brauerei 1954, S. 60.

2) Vgl. Deutscher Brauer-Bund e.V., Bad Godesberg, Geschäftsbericht 1961 - 1964, S. 62.

3) Vgl. Höchtel, Franz, a.a.O., S. 165.

Einer Brauerei ist es deshalb nur in besonders gelagerten Fällen möglich, eine Dienstbarkeit zu erhalten. Aber beim Verkauf von Grundstücken, seien sie mit oder ohne Gaststätte, wird sie sich immer ein derartiges dingliches Recht eintragen lassen. Die meisten Dienstbarkeiten für die Brauereien werden in diesem Zusammenhang bestellt.

III. Darlehensähnliche Leistungen der Brauereien

1. Das sog. "Abschreibungsdarlehen"

Neben den gewöhnlichen Tilgungsdarlehen gewähren vor allem die süddeutschen Brauereien ihren Kunden auch Darlehen, für die der Darlehensnehmer keine Tilgungsleistung zu erbringen hat. Die Brauereien schreiben die Darlehensforderung im Zeitraum der mit dem Darlehen verbundenen Bierbezugsverpflichtung ab oder sie erlassen dem Darlehensnehmer, falls er gleichzeitig auch Kunde der Brauerei ist, für jeden von der Brauerei bezogenen Hektoliter Bier einen Teilbetrag der Darlehensschuld.

Der juristische Begriff des Darlehens, wie auch die allgemeine wirtschaftliche Auffassung, verbindet mit dem Darlehen die Tilgung durch den Darlehensnehmer. Man kann also bei den Abschreibungsdarlehen eigentlich gar nicht von Darlehen sprechen, sondern man müßte sie als das bezeichnen, was sie in Wirklichkeit sind, nämlich Zuschüsse. Von den echten verlorenen Zuschüssen unterscheidet sie lediglich, daß sie unter bestimmten Umständen von der Brauerei zurückgefordert bzw. in Tilgungsdarlehen umgewandelt werden können, wie unten noch ausgeführt wird. Außerdem ist ein Zuschuß, im Gegensatz zu den Abschreibungsdarlehen, nicht aktivierungsfähig, belastet also das betreffende Geschäftsjahr voll aus Aufwand, während die Abschreibungsdarlehen, wie ihr Name schon ausdrückt, im Laufe einer bestimmten Zeit oder auch durch die Abnahme einer bestimmten Menge Bier abgeschrieben werden. Der Aufwand verteilt sich also auf mehrere Geschäftsjahre. Allerdings muß bei verlorenen Zuschüssen u. U. das damit gewonnene Bierlieferungsrecht in der Steuerbilanz aktiviert werden,¹⁾ eine Tatsache, die die Unterschiede zwischen Zuschuß und Abschreibungsdarlehen wieder verwischen können.

Braucht ein Gastwirt das ihm von der Brauerei zur Verfügung gestellte "Darlehen" nicht zurückzuzahlen, dann wird im allgemeinen eine Verrechnung der Schuld pro geliefertem Hektoliter Bier vorgenommen. Der Darlehens- und Bierlieferungsvertrag wird in seinen

1) Vgl. dazu Kapitel D IV 7 b.

entscheidenden Punkten dann ungefähr wie folgendes, der Praxis entnommene Beispiel, formuliert:

"Die Brauerei gewährt den Eheleuten X ein unverzinsliches Darlehen in Höhe von 5000, -- DM. Die Tilgung des Darlehens erfolgt in der Weise, daß die Brauerei den Eheleuten X bei vertragsgetreuer Geschäftsabwicklung eine Vergütung von 5,- DM pro bezogenen Hektoliter Bier gewährt.

Das Darlehen ist auf dem Anwesen der Eheleute X durch eine Buchgrundschuld in Höhe von 5000, -- DM dinglich gesichert. Die Eintragungsbestimmungen der Grundschuld haben bei vertragsgetreuer Geschäftsabwicklung keinerlei dem gegenwärtigen Vertrag entgegenstehende Bedeutung.

Für dieses Entgegenkommen der Brauerei verpflichten sich die Eheleute X, die Gastwirtschaft in ihrem Anwesen in Y, solange noch Schulden gegenüber der Brauerei bestehen, mindestens aber bis zum 31. 12. 19.., im bisherigen Umfang zu betreiben und alles benötigte Bier von der Brauerei zu beziehen."

Die Bierbezugsverpflichtung des Kunden ist in diesem Beispiel nicht mit der Tilgung des Darlehens bzw. nach der Abnahme von 1000 hl Bier beendet, sondern sie hat auch eine zeitliche Untergrenze. Häufig wird im Bierlieferungsvertrag vereinbart, daß die Verpflichtung zum ausschließlichen Bierbezug mit der Tilgung des Darlehens, d.h. nach dessen Abschreibung durch Gutschriften pro bezogenen Hektoliter Bier, enden soll. Diese rein mengenmäßigen Abnahmeverpflichtungen haben den Vorteil einer besseren Abstimmung von Leistung und Gegenleistung.

Ein entscheidender Punkt all dieser mit Abschreibungsdarlehen verbundenen Bierlieferungsverträge ist, daß die Brauerei nur solange auf eine Tilgung verzichtet bzw. die Tilgung durch Gutschrift selbst vornimmt, solange der Vertragspartner seinen Verpflichtungen aus dem Vertrag, insbesondere der Bierabnahmepflicht nachkommt. Verletzt er aber den Bierlieferungsvertrag, dann muß er von nun an für die Tilgung selbst aufkommen. Für die der Brauerei in diesem Fall zuwachsende Forderung dient die im Vertrag vereinbarte Grundschuld oder das übereignete Inventar als Sicherheit.

Die Tilgung von Darlehen kann auch so vorgenommen werden, daß die Brauerei dem Darlehensnehmer auf den Preis jedes von ihr bezogenen Hektoliter Bieres eine Rückvergütung gewährt, die für die Tilgung der Darlehensschuld einbehalten wird. Diese Form der Abschreibungsdarlehen kann aber zu einem echten Tilgungsdarlehen werden, wenn die Rückvergütung einheitlich allen Kunden einer bestimmten Art und Größe eingeräumt wird. Steht einer

Kundenkategorie, gleichgültig ob der einzelne Kunde ein Darlehen beansprucht oder nicht, eine Rückvergütung auf den Bierpreis zu, dann ist die Verrechnung dieser Vergütung mit dem Darlehen als echte Tilgungsleistung des Darlehensnehmers anzusehen. Natürlicher wäre es allerdings, nur jenen Kunden eine Rückvergütung zu gewähren, die keine finanzielle Unterstützung durch die Brauerei beanspruchen, denn sie übernehmen die Finanzierungsfunktion in ihrer Gaststätte selbst, die bei den Darlehensnehmern die Brauerei mittragen muß.

Es gibt Fälle, in denen eine Brauerei ihren Kunden "Darlehen" gewährt, die von der Brauerei durch monatliche, vierteljährliche oder auch jährliche Gutschrift abgeschrieben werden. Es handelt sich hier also um eine Tilgung, die von der Bierabnahme des Kunden völlig unabhängig ist, die lediglich vom Zeitfaktor bestimmt wird. Bei diesen Verträgen ist im allgemeinen auch die Verpflichtungsdauer zeitlich fixiert und nicht auf den Bezug einer bestimmten Biermenge abgestellt, weil sonst unter Umständen zu große zeitliche Diskrepanzen auftreten können. Bierlieferungsverträge, bei denen die damit verbundenen Abschreibungsdarlehen in festen Raten getilgt werden, wird eine Brauerei nur in besonders gelagerten Fällen abschließen. Es muß ein guter und gleichbleibender Umsatz zu erwarten sein, und die Abschreibungsquote wird gering bemessen werden, um eine lange Bierbezugsverpflichtung zu erreichen. Diese Art der Abschreibungsdarlehen steht dem Zuschuß am nächsten. Sie sind, abgesehen von der bilanziellen Behandlung, mit ihm identisch.

Eine interessante Variante der Darlehen, bei denen der Schuldner nicht für die Tilgung aufzukommen braucht, wird durch folgende Formulierung des Darlehens- und Bierlieferungsvertrages ausgedrückt:

"Die Brauerei gewährt dem Ehepaar ... auf die Dauer von 10 Jahren ein Darlehen in Höhe von 5000, -- DM zum Ausbau eines Nebenzimmers. Das Darlehen ist mit jährlich 6 % zu verzinsen. Die Zinsen werden zunächst gestundet. Das Darlehen und die gestundeten Zinsen werden nach vertragsgetreuer Geschäftsabwicklung zur Zahlung erlassen. ..."

Läßt der Kunde sich aber z.B. im zehnten Jahr der Vertragsdauer eine Vertragsverletzung zu Schulden kommen, d.h. bezieht er Bier einer anderen Brauerei, so hat er den ganzen Darlehensbetrag sofort zurückzuzahlen.

Beim Abschluß von Bierlieferungsverträgen, die mit Abschreibungsdarlehen gekoppelt sind, muß sich der Darlehensnehmer immer darüber im klaren sein, daß die Bezugsverpflichtung

auch dann weiterbesteht, wenn er das Darlehen aus eigenen Mitteln zurückzahlt. Diese Rückzahlung berührt die Dauer des Bierlieferungsvertrages nicht. Anderen Brauereien ist es dadurch unmöglich, den Kunden abzuwerben, indem sie ihm den geschuldeten Darlehensbetrag zur Verfügung stellen.

Um Mißverständnisse in dieser Richtung zu vermeiden, schließen viele Brauereien ihre mit Abschreibungsdarlehen gekoppelten Bierlieferungsverträge mit dem Zusatz ab, daß das Darlehen nur auf dem Wege der vertraglich vereinbarten Tilgung, also beispielsweise nur durch Rückvergütung bzw. Gutschrift pro bezogenen Hektoliter Bier, nur durch monatliche oder jährliche Abschreibung, nur durch Erlaß der Darlehenssumme bei Vertragsende etc. getilgt werden kann. Auch bei einem normalen Tilgungsdarlehen, einem Darlehen also, bei dem der Kreditnehmer für die Rückzahlung selbst aufkommen muß, ist eine vorzeitige außerplanmäßige Tilgungsleistung des Kunden nicht mit einem Erlöschen der Bierbezugsverpflichtung verbunden.¹⁾ Es kommt hier wieder sehr deutlich das Hauptinteresse der Brauerei bei der Darlehensgewährung an ihre Kunden zum Ausdruck, nämlich die Bierabnahme dieses Kunden über einen längeren Zeitraum hinweg.

2. Der verlorene Zuschuß

Sehr häufig kommt es vor, daß Brauereien einen Abnehmer nur dann zum Bierbezug verpflichten können, wenn sie ihm einen mehr oder weniger großen Geldbetrag "à fonds perdu" zur Verfügung stellen. Ein derartiger verlorener Zuschuß kann die alleinige Gegenleistung der Brauerei beim Abschluß des Bierlieferungsvertrages sein, in der Regel ist er aber nur eine zusätzliche Leistung der Brauerei, die neben einem Darlehen oder der Zuverfügungstellung von Leihinventar gewährt wird.

Oft muß die Brauerei bei Pachtgaststätten, also Objekten, bei denen sie Pächter ist und die sie an einen Gastwirt unterverpachtet, erhebliche Mittel beim Umbau oder der Renovierung als Baukostenzuschuß übernehmen. Durch diesen Umbau, der nur durch finanzielle Unterstützung der Brauerei in Form dieses Baukostenzuschusses ermöglicht wurde, ist das Gaststättengrundstück in seinem Wert gestiegen. Die Brauerei wird deshalb in diesen Fällen versuchen, vom Unterpächter einen höheren Pachtzins zu erhalten, als sie an den Grundstückseigentümer abführen muß. Das ist zwar nicht immer möglich, wird aber, wenn für einen erhöhten Preis noch ein Pächter zu finden ist, von den Brauereien als Gegenleistung für den

1) Vgl. dazu Kapitel D IV 4.

von ihnen erbrachten Baukostenzuschuß angesehen. Die Zuschüsse fließen also in manchen Fällen durch einen Überschuß der Pachteinnahmen über die Pachtausgaben bei einzelnen Objekten wieder zurück.

Bei allen Objekten aber, bei denen es sich nicht um Brauereipachtungen handelt, denen aber mit Zuschüssen unter die Arme gegriffen wird, besteht keine derartige Möglichkeit des sichtbaren Rückflusses des zur Verfügung gestellten Geldes. Meist ist der Erfolg der Unterstützungsmaßnahme verschleiert und kann nur bei entsprechender Würdigung des Bierbezugs der durch den Zuschuß unterstützten Gaststätte aufgedeckt werden. Dieser Erfolgsfaktor Umsatz kommt aber bei den Pachtgaststätten, bei denen die Zuschußleistung durch Pachtüberschüsse wieder zurückfließt, auch noch dazu.¹⁾

3. Die Brauereibürgschaft

In manchen Fällen ist es gar nicht notwendig, daß sich die Brauerei direkt mit einer Darlehensgewährung engagiert, um einen Kunden zum ausschließlichen Bezug ihrer Erzeugnisse zu veranlassen, sondern es genügt, wenn sie für ein Darlehen, daß der Kunde bei einem Bankinstitut aufgenommen hat, die Bürgschaft übernimmt. Außer der Bürgschaft muß die Brauerei in vielen Fällen auch noch die Differenz zwischen den Bankzinsen und den relativ niedrigen Zinsen, die der Kunde bei der Inanspruchnahme eines Brauereidarlehens zu bezahlen gehabt hätte, übernehmen. Liquiditätspolitisch ist für die Brauerei die Lösung mit der Bürgschaftsübernahme bedeutend günstiger als die direkte Darlehensgewährung.

Was sind nun die typischen Fälle, in denen eine Brauerei die Bierbezugsverpflichtung eines Kunden durch die Abgabe einer Bürgschaftserklärung erreichen kann?

Einmal handelt es sich um größere Gaststättenobjekte, deren Finanzierung die Kapitalkraft der Brauerei zu stark beanspruchen würde, zum anderen sind es Objekte, deren Bierumsatz in keinem Verhältnis zu der benötigten finanziellen Unterstützung steht, wie z.B. bei großen Hotels. Um eine aus werbepolitischen Gründen vorteilhaft erscheinende Belieferung dieser Objekte zu erreichen, wird der Mittelweg der Bürgschaft gewählt, da eine direkte Finanzierung die Brauerei in ihrer Liquidität zu stark beanspruchen würde.

1) Vgl. Kapitel D IV 9, S. 135 ff.

Abgesehen von diesen typischen Fällen der Brauereibürgschaft kann natürlich auch der Bierlieferungsvertrag mit einer gewöhnlichen Bierwirtschaft auf der Basis der Bürgschaft zustande kommen. Einige Kunden ziehen es vor, Fremdkapital bei einer Bank und nicht beim Lieferanten aufzunehmen. Wenn die vorhandenen Sicherheiten der Bank aber nicht mehr genügen, muß die Brauerei als Bürge einspringen. Auf Grund der Bürgschaftsleistung kann die Brauerei den Kunden nicht ebenso lange verpflichten, wie dies bei der Gewährung eines gleich großen Darlehens möglich gewesen wäre. Die Verpflichtung des Kunden fällt also bei der Bürgschaftsübernahme der Brauerei geringer aus, da die Leistung der Brauerei auch geringer ist als bei der Darlehensgewährung. Sie wird aber nicht wesentlich kürzer sein, da die Brauerei als Bürge das ganze Risiko des Kredits trägt. Sie spart im Vergleich zur Darlehensgewährung nur die direkte Beanspruchung ihrer Finanzkraft, muß aber gewärtig sein, den Betrag, für den sie bürgt, jeder Zeit zur Verfügung stellen zu müssen.

Der Brauereikunde muß, neben der oben bereits erwähnten Zinsdifferenz, noch weitere Nachteile in Kauf nehmen, wenn er statt des Brauereidarlehens einen Bankkredit mit Brauereibürgschaft nehmen muß oder nehmen will. An Stelle der in der Regel umsatzbezogenen Tilgung des Brauereidarlehens durch einen Zuschlag zum Bierpreis, eine Tilgungsweise, die ganz auf seine wirtschaftliche Leistungsfähigkeit abgestellt ist, treten nun die festen Tilgungsraten des Bankkredits. Dazu kommt, daß die Brauerei als Lieferant eher einer Stundung der Tilgungsleistung und der Zinszahlungen zustimmen wird, als dies die Bank tun wird. Es ist also nicht verwunderlich, daß die meisten Wirte zum Brauereidarlehen greifen, wenn sie die Wahl haben. Dies kommt auch in den Brauereibilanzen zum Ausdruck, in denen die Eventualverbindlichkeiten im Vergleich zu den Kundendarlehen nur eine untergeordnete Rolle spielen.

IV. Die Abwicklung der Darlehensgewährung

1. Die Vorverhandlungen zum Abschluß eines Darlehens- und Bierlieferungsvertrages

Der Außendienst einer Brauerei besucht in regelmäßigen Abständen von 2 - 4 Monaten die von dem Unternehmen belieferten Gaststätten. Bei den "freien" Kunden, die von allen Seiten stark umworben werden, wird ein häufigerer Besuch angebracht sein, um den Kontakt zu festigen oder um die etwa auftauchende Möglichkeit einer Verpflichtung durch

Darlehensgewährung etc. nicht zu versäumen. Bei diesen Besuchen erfolgen im allgemeinen die ersten Sondierungen und Vorverhandlungen über eine eventuelle Darlehensgewährung der Brauerei und die damit verbundene Bierbezugsverpflichtung.

Auf Grund dieser regelmäßigen Besuche können sich die Reisenden ein Bild machen von dem baulichen Zustand der Gaststätte, von der Abnutzung des Inventars, von der Kühlung des Bierkellers etc. und mit dem Wirt eventuell erforderliche Rencvierungen sowie deren Finanzierung besprechen. Sie können versuchen, dem Wirt unsinnige Veränderungen bzw. Vergrößerungen, die seinen Umsatz nicht entsprechend steigern und ihn deshalb nur belasten, auszureden. Die Projekte, die ihnen zweckmäßig erscheinen, von denen sie sich auf Grund ihrer langjährigen Erfahrung mit den verschiedensten Gaststätten eine Steigerung des Umsatzes, speziell des Bierumsatzes, erwarten, werden sie unterstützen. Der Anteil, den die Brauerei bei der Finanzierung des Projekts darlehensweise oder auf eine andere Art zu übernehmen hat, wird ermittelt, nachdem der Kostenvoranschlag mit den vorhandenen Mitteln des Gastwirtes verglichen worden ist. Nach der Höhe des finanziellen Beitrages der Brauerei und nach dem in Zukunft zu erwartenden Umsatz der Gaststätte wird dann die Bierbezugsverpflichtung bzw. deren Verlängerung erörtert. Da die Reisenden aber nicht autorisiert sind, Darlehen im Namen der Brauerei zu genehmigen, müssen sie nun das Ergebnis ihrer Vorverhandlungen der Geschäftsleitung der Brauerei vortragen, die die Genehmigung erteilt, Abänderungswünsche geltend macht oder ablehnt.

Die Aufgabe des Außendienstes beschränkt sich aber nicht nur auf die Betreuung der bereits von der Brauerei belieferten Absatzstätten. Seine Pflichten erstrecken sich auch auf das Ausfindigmachen von neuen Absatzstätten. Das Einkommen der Reisenden wird meist zu einem Teil aus Provisionen gebildet, die sie durch die Werbung neuer Absatzstätten erhalten. Sie müssen also versuchen, bisher von der Brauerei nicht belieferte Absatzstätten als Kunden zu gewinnen bzw. Räumlichkeiten ausfindig zu machen, die zum Ausbau, beispielsweise einer Gaststätte, gut geeignet sind. Es sind dann Verhandlungen mit den Inhabern dieser Absatzstätten bzw. mit den Eigentümern der auszubauenden Räume notwendig, über die Belieferung und eine eventuell erforderliche Darlehensgewährung.

Diese Vorverhandlungen zum Abschluß eines Darlehens- und Bierlieferungsvertrages sind grundsätzlich unverbindlich. Es wird durch sie jedoch ein vertragsähnliches Vertrauensver-

verhältnis begründet, aus dem gewisse Sorgfalts- und Rücksichtspflichten folgen. Die Verletzung dieser Pflichten macht in derselben Weise ersatzpflichtig, wie der Verstoß gegen eine Vertragspflicht. Man spricht von Verschulden bei Vertragsschluß oder bei Vertragsanbahnung.¹⁾ Es kann aber grundsätzlich nur der Vertrauensschaden verlangt werden.

Von diesen Vorverhandlungen zu unterscheiden ist ein Vorvertrag. Er ist ein echter Schuldvertrag, der die klagbare Mitwirkung beim Abschluß des Hauptvertrages zum Inhalt hat.¹⁾

Stellt der Kunde einen Antrag an die Brauerei wegen Darlehensgewährung und erklärt sich für eine bestimmte Frist (z.B. 4 Wochen) an diesen Antrag gebunden, d.h. verpflichtet er sich, während dieser Zeit keine Verhandlungen mit anderen Brauereien aufzunehmen und bei Annahme dieses Antrags durch die Brauerei einen Darlehens- und Bierlieferungsvertrag üblichen Musters abzuschließen, so ist darin noch kein Vorvertrag zu sehen. Diese Bindung ist aber, wenn die Frist, für die sich der Antragsteller bindet, nicht unangemessen lang ist, rechtlich einwandfrei. Sie ist deshalb von anderen Brauereien genauso zu respektieren wie ein Vorvertrag bzw. der eigentliche Bierlieferungsvertrag.²⁾

2. Die innerbetriebliche Bearbeitung des Darlehensfalles

In diesem Abschnitt soll kurz der formelle Gang und der Instanzenweg erläutert werden, den ein Darlehen vor der Auszahlung im allgemeinen passiert. Die materiellen Gesichtspunkte der Prüfung der Kreditwürdigkeit werden dann im darauffolgenden Abschnitt behandelt.

Grundlage für die innerbetriebliche Bearbeitung des Darlehensfalles ist der Darlehensantrag. Die Verwendung von Vordrucken erleichtert die Übersicht bei der Bearbeitung des Darlehensantrags und gibt im übrigen dem Sachbearbeiter die Gewähr für eine erschöpfende Erfassung aller gewünschten Angaben.³⁾

Der Reisende, der diesen Darlehensfall betreut, hat das Antragsformular auszufüllen und der Geschäftsleitung bei der mündlichen Berichterstattung über dieses Objekt vorzulegen. Durch das Ausfüllen dieses Formulars ist der Reisende gezwungen, sich über alle wesentlichen

1) Vgl. Herlitz, Günter, Vorverhandlungen zum Bierlieferungsvertrag, in: Brauwelt 1963, S. 1047 ff.

2) Vgl. Verband Rheinisch-Westfälischer Brauereien e.V., Düsseldorf, Bericht über das Geschäftsjahr 1960, S. 37.

3) Vgl. Falter, Manuel, Die Praxis des Kreditgeschäfts bei Sparkassen und anderen Kreditinstituten, 2. Aufl., Stuttgart 1953, S. 181.

Punkte, die für die Kreditgewährung entscheidend sind, Klarheit zu verschaffen. Die Geschäftsleitung wiederum erkennt auf den ersten Blick die wesentlichen Punkte dieses Falles, vorausgesetzt, daß es sich um ein gut durchdachtes Formular handelt. Folgende Punkte sollten in einem derartigen Darlehensantrag berücksichtigt werden:

(I) Zur Person des Darlehensnehmers

- (1) Name und Wohnort
- (2) Genaue Anschrift
- (3) Ist er bereits Kunde? Wie lange?
- (4) In welchem Rechtsverhältnis steht er zur Gaststätte?(Pächter, Eigentümer)
- (5) Bisherige Darlehen
- (6) Restschuld davon
- (7) Bestehende Bierschulden
- (8) Wie lange ist er noch bei uns verpflichtet?
- (9) Bestehen irgendwelche Verpflichtungen bei anderen Brauereien?

(II) Angaben über die zu finanzierende Absatzstätte

- (1) Name
- (2) Ort und Straße
- (3) Art der Absatzstätte
- (4) Name des Grundstückseigentümers
- (5) Belastung des Grundstücks
- (6) Bierumsatz im letzten Jahr (davon mit uns)
- (7) Wird beliefert seit ...
- (8) Sonstige Bierlieferanten
- (9) Belieferung mit alkoholfreien Getränken
- (10) Dauer des Pachtverhältnisses
- (11) Höhe der Pacht

(III) Angaben über das gewünschte Darlehen

- (1) Höhe des gewünschten Darlehens
- (2) Verwendungszweck
- (3) Die angebotenen Sicherheiten

- (4) Zinssatz
- (5) Art der Tilgung
- (6) Dauer bzw. Menge der neuen Bierbezugsverpflichtung

So vorteilhaft derartige Darlehensantragsformulare besonders für Großbetriebe der Brauindustrie sind, in denen die Geschäftsleitung nicht alle Absatzstätten kennen kann, so haben sie doch auch Nachteile. Sie können dazu führen, daß die individuellen Besonderheiten des einzelnen Darlehensnehmers bzw. der einzelnen Absatzstätte nicht genügend berücksichtigt werden. Wichtige Punkte können manchmal aus dem Formular nicht entnommen werden, entweder weil sie noch nicht feststehen, wie z.B. der Umsatz einer neuerbauten Gaststätte, oder weil sie rational nicht zu erfassen sind, wie das Gefühl des Reisenden, daß gerade der Pächter in dieser Gegend und in diesem Lokal der richtige Mann ist, obwohl er weniger finanzielle Mittel mitbringt, als ein anderer Bewerber, für den auch noch andere objektive Gründe sprechen. Es soll damit ausgedrückt werden, daß bei der Darlehensgewährung trotz unbedingt notwendiger formeller Organisation die persönliche Beurteilung der Absatzstätte und des Darlehensnehmers, besonders wenn es sich um ein größeres Objekt handelt, nicht vergessen werden darf.

In jeder größeren Brauerei gibt es eine Abteilung oder einen Sachbearbeiter, der die Darlehens- und Bierlieferungsverträge ausarbeitet und nach der Auszahlung des Darlehens die Tilgung und den Zinsendienst kontrolliert. Diese Station muß jeder Darlehensvertrag vor seiner Unterzeichnung durch die Vertragspartner passieren. Der Darlehenssachbearbeiter wird immer darauf bedacht sein, daß nur Darlehen mit einer unter den gegebenen Umständen optimalen Absicherung zur Auszahlung gelangen. Er ist verantwortlich für die aus der Sicht der Brauerei günstigste Gestaltung der einzelnen Vertragsbestimmungen, wenn die Geschäftsleitung die materiellen Daten, wie z.B. die Höhe des Darlehens und die Dauer der Verpflichtung festgelegt hat. Er sieht den Darlehensfall mehr mit den Augen eines Juristen und nicht so sehr mit den Augen eines Kaufmannes. Opponiert der Darlehenssachbearbeiter gegen einen Darlehensvertrag, weil z.B. die Forderung seiner Meinung nach nicht genügend abgesichert ist, dann erregt er dadurch mit Sicherheit den Widerspruch des Reisenden, dem es weniger auf die Absicherung der Forderung ankommt, sondern der in erster Linie den Vertragsabschluß und den damit verbundenen Bierabsatz im Auge hat. Der Reisende macht geltend, daß der Kunde die vom Darlehenssachbearbeiter geforderten besseren Sicherheiten

nicht stellen kann oder diese Bedingungen nicht akzeptieren will und eine Bierbezugsverpflichtung dann nicht zustande kommen wird. Er betont den durch das Darlehensprojekt für die Brauerei zu gewinnenden Umsatzzuwachs und schiebt die Frage der Absicherung des Darlehens als zweitrangig zurück. Der Darlehenssachbearbeiter dagegen hat in erster Linie den auszubehaltenden Geldbetrag im Auge, die Sicherung dieses Betrages und den Geldrücklauf. Durch die unterschiedlichen Blickwinkel von Außendienst und Verwaltung hat die über beiden stehende Geschäftsleitung die Möglichkeit, nach Anhören beider Standpunkte eine für das Unternehmen günstige Entscheidung zu treffen, denn beides, Umsatzzuwachs wie auch Sicherheit der Darlehensforderung, sind für die Brauerei lebenswichtig.

Vorstand oder Aufsichtsrat, sowie beide gemeinsam, kommen nun als Entscheidungsinstanzen in Frage. Den wenigsten Vorständen von Brauereiaktiengesellschaften ist es möglich, größere Kundendarlehen in eigener Verantwortung zu vergeben. Im allgemeinen sehen die Satzungen der Gesellschaften eine Grenze für die selbständige Genehmigung von Darlehen vor. Darüber hinausgehende Darlehensanträge bedürfen der Zustimmung des Aufsichtsrates bzw. des aus seiner Mitte gebildeten Kreditausschußgremiums.

Bei manchen Gesellschaften müssen die Vorstände schon bei Darlehen über 1000,-- DM die Zustimmung des Aufsichtsrates einholen, bei anderen liegt die Grenze bei 20.000,--DM. Einigen Geschäftsleitungen genehmigt der Aufsichtsrat vorweg einen Pauschalbetrag, der sich an der Gesamtsumme der Darlehensauszahlungen der letzten Jahre orientiert. Diesen Pauschalbetrag kann der Vorstand dann nach freiem Ermessen für die Darlehensgewährung verwenden. In seltenen Fällen haben die Gesellschaften ihren Vorständen in diesen Dingen völlige Handlungsfreiheit eingeräumt.

Die wirtschaftliche Erfahrung muß dazu raten, die Entscheidungsbefugnis auf zwei Instanzen zu verteilen, da das im wesentlichen umsatzorientierte Denken des Vorstandes manchmal einer Korrektur und Kontrolle im Interesse des Unternehmens bedarf. Diese Kontrolle obliegt dem Aufsichtsrat. Es wird bei der Zusammensetzung der Aufsichtsräte deutscher Brauereiaktiengesellschaften häufig der Fall sein, daß Direktoren großer Banken oder Vertreter herrschender Brauereigesellschaften im Aufsichtsrat bzw. in dem mit der Entscheidung über Darlehensanträge betrauten Kreditausschuß sitzen. Diese Leute

verfügen über entsprechende Sachkenntnis und Erfahrung im Kreditgeschäft im allgemeinen bzw. im Darlehensgeschäft der Brauereien im besonderen. Sie können ein gutes Forum bilden, auf dem jedes größere Darlehen vor der Auszahlung mit dem Vorstand noch einmal erörtert wird. Aber auch wenn die Mitglieder des Aufsichtsrates keine ausgesprochenen Fachleute auf dem Gebiet der Kreditgewährung sind, so kann doch auf Grund des bei ihnen vorauszusetzenden allgemeinen wirtschaftlichen Verständnisses nicht angenommen werden, daß sie gegen den Willen des Vorstandes chancenreichen Objekten die Zustimmung verweigern werden.

3. Die Person des Darlehensnehmers und der Umsatz der Absatzstätte

Beide Faktoren, die Person des Darlehensnehmers und der in der Absatzstätte zu erwartende Umsatz, spielen bei der Gewährung von Kundendarlehen eine entscheidende Rolle. Manchmal sind sie untrennbar miteinander verbunden und zwar dann, wenn der Darlehensnehmer Eigentümer der Absatzstätte ist und die Absatzstätte nur zusammen mit diesem Bewirtschafter gewonnen werden kann. Diese Faktoren können aber auch frei kombiniert werden, wenn der Darlehensnehmer nur Pächter der Absatzstätte ist, die Brauerei sich also u. U. einen anderen Pächter suchen kann, wenn der eine die in ihn gesetzten Voraussetzungen nicht erfüllt. Auf jeden Fall sind es aber zwei voneinander abhängige Faktoren. Ist der Darlehensnehmer ein tüchtiger Gastwirt, dann wird sich das im allgemeinen positiv auf den Umsatz der von ihm bewirtschafteten Gaststätte auswirken. Der Faktor "Darlehensnehmer" beeinflusst hier also direkt den Faktor "Umsatz". Aber auch der Faktor "Umsatz" kann den Faktor "Darlehensnehmer" beeinflussen und zwar indirekt, wenn nämlich ein z.B. auf eine ungünstige Lage zurückzuführender geringer Umsatz es einem fachlich und charakterlich gut zu beurteilenden Brauereikunden unmöglich macht, das ihm zur Verfügung gestellte Darlehen termingerecht zurückzuzahlen. Diese gegenseitige Abhängigkeit ist bei der folgenden Untersuchung der einzelnen Faktoren immer zu berücksichtigen.

Bei der Darlehensgewährung geht der Geldgeber mehrere Risiken ein. Hartmann¹⁾ unterscheidet:

1) Hartmann, Bernhard, Kreditprüfung und Kreditüberwachung, Stuttgart 1965, S. 10.

- | | |
|---------------------------|---|
| 1. Das Verlustrisiko: | Der Kredit wird nicht oder nur teilweise zurückbezahlt. |
| 2. Das Liquiditätsrisiko: | Der Kredit wird nicht rechtzeitig zurückbezahlt. |
| 3. Das Zinsrisiko: | Steigt bei festvereinbartem Zins das allgemeine Zinsniveau, entstehen für den Kreditgeber Zinsverluste. |
| 4. Das Sicherungsrisiko: | Die zur Sicherung überlassenen Güter verlieren an Wert. |
| 5. Das Geldwertrisiko: | Bei Geldentwertung erhält der Kreditgeber weniger Kaufkraft zurück, als er hingegeben hat. |

All diese Risiken treten auch im Zusammenhang mit den Kundendarlehen für die Brauereien auf und sie müssen vom Unternehmen getragen werden. Nur das Verlustrisiko und eventuell das Liquiditätsrisiko können durch eine gute Prüfung der Kreditwürdigkeit des Darlehensnehmers überschaubar gemacht werden.

Der erste Schritt bei der Kreditwürdigkeitsprüfung, besonders wenn es sich um Kunden handelt, die mit der Brauerei bisher noch nicht in geschäftlichem Kontakt gestanden haben, sollte im Einholen einer Auskunft bestehen. Es gibt eine Reihe gewerblicher Auskunftsteien, wie z.B. "Creditreform", "Bürgel", "Schimmelpfeng" u. a., die über die Vermögensverhältnisse des Antragstellers und über wissenswerte Ereignisse, wie z.B. die Ableistung eines Offenbarungseides, Auskunft erteilen.

Kreditauskünfte kann man aber auch aus anderen Quellen schöpfen, so z.B. bei anderen Gewerbetreibenden, bei Behörden und Privatpersonen.¹⁾ Sie können als Ergänzung der Ergebnisse Verwendung finden, die die Nachfrage bei den gewerblichen Auskunftsteien erbracht hat. Manchmal sind sie aber die einzige Möglichkeit, eine den wirklichen Verhältnissen entsprechende Auskunft zu erhalten. Besonders, wenn es darum geht, etwas über die geschäftliche Tüchtigkeit eines Gastwirts zu erfahren, wird die Auskunftstei gewöhnlich versagen. Es ist auch nicht ihre Aufgabe, über diese meist recht subjektiven Eigenschaften eine Aussage zu machen. Hier ist man als darlehensgewährende Brauerei auf die anderen oben angeführten Quellen angewiesen, bzw. wenn diese nicht zur Verfügung stehen, auf Menschenkenntnis und Glück. Aber gerade dieser Faktor, die Eignung des Darlehensnehmers als Gastwirt, ist neben der Lage der Gaststätte einer der entscheidendsten Punkte für den Erfolg der Kreditgewährung, der sich in erster Linie in einem der Darlehensgewährung entsprechenden Umsatz des kreditierten Objektes zeigt.

1) Vgl. Linhardt, Hanns, Kreditkontrolle, Essen 1954, S. 186.

Ein Gastwirt muß zu den grundlegenden Kenntnissen seines Berufsstandes, wie Bierpflege etc., die Fähigkeit haben, ein gutes Stammpublikum zu gewinnen und zu erhalten. Dies kann er erreichen durch gute Organisation, gepflegte Speisen und Getränke, durch eine ansprechende Gestaltung der Gasträume und u. U. durch die Fähigkeit, einen persönlichen Kontakt zu seinen Gästen zu finden und zu erhalten. Den Einfluß der Persönlichkeit des Wirtes auf den Umsatz einer Gaststätte kann man manchmal sehr deutlich bei einem Pächterwechsel erkennen. Ein Wechsel des Bewirtschafters ist oft mit einem erstaunlichen Ansteigen oder Absinken des Umsatzes der Gaststätte verbunden. Die Person des Wirtes beeinflußt also entscheidend den Umsatz der Absatzstätte.¹⁾

Ein wichtiger Gesichtspunkt ist auch die Prüfung der Sicherheiten, die der Darlehensnehmer anzubieten hat. Es kann hier wiederum der im vorigen Kapitel dargelegte Konflikt zwischen Sicherheits- und Umsatzdenken zutage treten, der in vielen Fällen dahingehend entschieden wird, daß wegen des erwarteten Umsatzes eine unzureichende Absicherung des Darlehens in Kauf genommen wird.

Grundpfandrechtliche Sicherheiten werden von den Brauereien den mobiliaren Sicherheiten vorgezogen. In vielen Fällen sind sie aber nicht zu erhalten, da der Darlehensnehmer entweder nicht Eigentümer des Wirtschaftsgrundstücks ist oder weil Grund und Boden bereits zu stark belastet sind, um als Sicherheit noch relevant zu sein. In diesem Fall ist es besser, auf die grundpfandrechtliche Sicherung zu verzichten und zu versuchen, das Darlehen am beweglichen Vermögen des Schuldners zu sichern. Entscheidend ist also, daß man sich nicht mit irgendwelchen Sicherheiten zufrieden gibt, sondern daß man die Geeignetheit der Kreditunterlage prüft.²⁾

Zur Prüfung des Darlehensnehmers gehört auch die Frage, inwieweit er in der Lage ist, die Vollfinanzierung des Projekts zu gewährleisten, zu dem die Brauerei einen Beitrag in Form eines Darlehens geben soll. Es ist notwendig, sich davon zu überzeugen, daß der Darlehensnehmer die restlichen Mittel selbst aufbringen kann bzw. daß es ihm möglich ist, sie sich aus anderer Quelle zu beschaffen. Die Brauerei ist, fallen diese Mittel aus, sonst manchmal gezwungen, auch den Finanzierungsrestbetrag zu übernehmen, um die von ihr bereits investierten Mittel nicht zu verlieren, was wahrscheinlich in keinem Verhältnis zu

1) Vgl. Bilger, Harald, a.a.O., S. 45 ff.

2) Vgl. Linhardt, Hanns, Die Kontrolle im Bankbetrieb, Betriebswirtschaftliche Abhandlungen, 2. Bd., hrsg. von W. Kalveram, Stuttgart 1926, S. 123.

dem Umsatz dieser Absatzstätte stehen würde. Die Prüfung der Vollfinanzierung darf sich nicht mit der Erklärung des Darlehensnehmers, daß die Mittel vorhanden sind, zufrieden geben, sondern es muß vom Kunden durch Vorlage von schriftlichen, verbindlichen Zusagen und anderen Belegen überzeugend der Nachweis der Vollfinanzierung erbracht werden.¹⁾

Bei der Darlehensgewährung der Brauereien an ihre Kunden darf die Prüfung der Kreditwürdigkeit nicht allein auf die Frage der Kreditsicherung gerichtet sein, sondern sie muß sich in erster Linie auf den durch die Darlehensgewährung erreichten Ausstoßzuwachs konzentrieren. Auch die Banken, Unternehmen, die am Umsatz ihrer Kunden nur ein indirektes Interesse haben, gehen bei der Beurteilung der Kreditwürdigkeit eines Industrie- oder Dienstleistungsunternehmens in erster Linie vom zukünftigen Ertrag des Unternehmens aus und erst in zweiter Linie von den Realien, die ihnen als Sicherheiten zur Verfügung gestellt werden. Sie sind sich darüber im klaren, daß der Kunde den eingeräumten Kredit nur dann vereinbarungsgemäß tilgen und seinen Zinszahlungsverpflichtungen nachkommen kann, wenn das Unternehmen des Darlehensnehmers an und für sich oder durch die beabsichtigte Kreditgewährung in der Lage ist, die dafür notwendigen Erträge zu erwirtschaften.

Die Brauereien, für die der Ertrag der von ihnen unterstützten Absatzstätte einen gültigen Maßstab nur in der durch diese Absatzstätte verkauften Biermenge hat und nicht nur in den Zins- und Tilgungsleistungen des Darlehensnehmers, müssen noch vielmehr darauf bedacht sein, bei der Darlehensgewährung auf die Stellung ihres Kunden im Markt zu achten. Eine genaue Abschätzung des künftig in dieser Absatzstätte zu erwartenden Umsatzes ist also eine wesentliche Voraussetzung für eine derartige Kreditgewährung.

Die wichtigsten Faktoren, die den Umsatz einer Absatzstätte beeinflussen, sind:

1. Die örtliche Lage der Absatzstätte
2. Die Art der Absatzstätte (Gastwirtschaft, Kantine, Lebensmittelgeschäft etc.)
3. Die Größe der Absatzstätte (Anzahl der Sitzplätze einer Gastwirtschaft, Zahl der Belegschaft des Werkes, dessen Kantine beliefert wird, Verkaufsfläche des Lebensmittelgeschäfts etc.)

1) Vgl. Falter, Manuel, a.a.O., S. 185.

4. Die Ausgestaltung der Absatzstätte (besonders entscheidend bei Gaststätten)
5. Bei Gaststätten die fachliche und persönliche Eignung des Bewirtschafters.

Neben der Beurteilung der kreditpolitischen Faktoren und des durch die Darlehensgewährung zu sichernden Bierabsatzes muß bei der Prüfung eines Darlehensantrages auch beachtet werden, wie bzw. für was das zur Verfügung gestellte Geld verwendet werden soll. Von dem richtigen, d.h. wirtschaftlichen Einsatz der finanziellen Mittel hängt zu einem wesentlichen Teil der Erfolg einer Investition ab.

Darüber hinaus ist die Darlehensgewährung nicht nur als Einzelfall im Sinne der Prüfung der Kreditwürdigkeit eines Kunden zu kontrollieren, sondern auch als Gesamtheit, im Sinne einer Prüfung der Kreditpolitik.¹⁾ Ein Kunde kann durchaus kreditwürdig sein, aber die Brauerei kann mit Rücksicht auf ihre Vermögensstruktur zu einer Ablehnung des Kreditgesuchs gelangen.²⁾

4. Die Tilgung

Es soll in diesem Zusammenhang nur von der echten Tilgung die Rede sein, d.h. von einer Tilgung, die der Darlehensnehmer aufzubringen hat, nicht von der Tilgung durch Abschreibung des Darlehens seitens der Brauerei.

Die Tilgung der Kundendarlehen der Brauereien erfolgt, wie schon öfter angedeutet wurde, im allgemeinen durch ein sogenanntes "Aufgeld" oder "Aufpreis", den der Kunde bei der Bezahlung des Bieres zusätzlich zum Bierpreis zu entrichten hat. Da in der Regel der Fahrer des Brauereifahrzeugs, dem die Belieferung der Kunden obliegt, auch kassiert, muß dieser darauf achten, daß der Kunde mit dem Bierpreis auch das "Aufgeld" bezahlt. Das Aufgeld bewegt sich im allgemeinen pro Hektoliter Faßbier zwischen 5, -- und 20, -- DM und pro Kasten Flaschenbier zwischen 0,50 und 2, -- DM.

1) Vgl. Linhardt, Hanns, Kontrolle im Bankbetrieb, a.a.O., S. 126.

2) Vgl. dazu die Ausführungen über die Finanzierung, Kapitel D IV 8.

Diese umsatzbezogene Tilgungsweise ist, vom Brauereikunden aus gesehen, neben den niedrigen Zinsen und dem Verzicht auf gute Sicherheiten seitens der Darlehensgewährenden Brauerei ein weiterer bedeutender Vorteil des Brauereidarlehens gegenüber dem Bankkredit. Durch die Koppelung der Tilgung mit dem Bierumsatz fällt es dem Darlehensnehmer im allgemeinen leichter, seine Tilgungsleistungen zu erfüllen als bei einer Tilgung, die unabhängig von seinem Geschäftsgang erfolgt. Eine Tilgung in festen monatlichen Raten ist für einen kleinen Gastwirt, der u. U. ein stark saisonabhängiges Geschäft hat, viel schwerer aufzubringen als eine Tilgung, die sich an seinem Umsatz orientiert. Die Tilgung in festen monatlichen bzw. vierteljährlichen Raten ist allerdings die einzig mögliche Art der Tilgung bei Darlehensnehmern, die gleichzeitig nicht auch Kunden der Brauerei sind, wie z.B. die Eigentümer von Gaststättengrundstücken, die für den Ausbau von Gasträumen ein Darlehen erhalten haben, die aber die Gaststätte nicht selbst bewirtschaften.

Einige Brauereien in der Bundesrepublik sind zur Zeit dabei, ihr gesamtes Darlehenswesen auf feste Tilgungsraten umzustellen, da die monatliche oder vierteljährliche Tilgung der Darlehen für die Brauerei mit einem geringeren verwaltungstechnischen Aufwand verbunden ist als die umsatzabhängige Tilgung der Kundendarlehen. Bei der Tilgung durch Aufgeld fallen pro Woche ein bis zwei Tilgungsleistungen je Darlehensnehmer an, da die Kunden ungefähr zweimal in der Woche mit Bier beliefert werden und im allgemeinen bei jeder Lieferung bezahlen. Die Debitorenbuchhaltung, bei der die Zahlungen der Kunden eingehen, muß die Tilgungsbeträge für das Darlehen von Zahlungen für die Bierlieferung trennen und zur Gutschrift an die Darlehensabteilung weiterleiten. Man kann dieses System zwar flüssig gestalten, es bleibt aber immer unrationeller als die festen Tilgungsraten.

Wenn auch z. Zt. immer mehr Brauereikunden dazu übergehen, nicht mehr bei jeder Anlieferung zu bezahlen, sondern nur einmal im Monat ihre Verbindlichkeiten aus Warenlieferungen und die daran gekoppelten Darlehenstilgungen begleichen (entweder durch Banküberweisung oder über den Bierfahrer oder den Reisenden), so werden sie doch nicht von der umsatzbezogenen Tilgung abgehen wollen. Die Wirte werden es vorziehen, am Monatsende das Aufgeld, das sich aus den in diesem Monat umgesetzten Hektolitern Bier errechnet, auf einmal zu bezahlen, anstatt das Darlehen in festen monatlichen Raten zu tilgen. Der entscheidende Faktor der Umsatzbezogenheit der Tilgung wird durch die

monatliche Zahlungsweise des Aufgeldes nicht berührt. Werden die Darlehens- und Bierlieferungsverträge mit einer mengenmäßigen Bezugsverpflichtung ausgestattet, dann ist die Tilgung des Darlehens durch Aufgeld sowieso die natürliche Tilgungsweise, da dann Verpflichtung und Tilgung genau aufeinander abgestimmt werden können.

Einen Übergang von der umsatzbezogenen Tilgung zu festen Tilgungsraten bildet die Tilgung durch Aufgeld, bei der eine monatliche Mindesttilgung vereinbart ist. Diese Klausel im Bierlieferungsvertrag soll einem rapiden Absinken der Tilgungsleistung bei geringem Bierumsatz entgegenwirken. Sie soll der Brauerei, wenn der Kunde schon nicht die in ihn gesetzten umsatzmäßigen Erwartungen erfüllt, wenigstens die Rückzahlung des investierten Kapitals sichern. Sie ist besonders geeignet bei Verträgen, in denen der Kunde z.B. zur Abnahme von 1000 Hektolitern Bier verpflichtet wurde, die aber keine Ausschließlichkeitsklausel enthalten. Der Kunde ist dann zwar verpflichtet, diese 1000 Hektoliter abzunehmen, kann aber nebenbei auch noch andere Biermarken führen.

Diese Klausel der Mindesttilgung soll nicht zur Anwendung kommen, wenn der Kunde in einem oder zwei Monaten des Jahres unter der vereinbarten Mindestleistung bleibt. Sie soll lediglich bei einem starken dauerhaften Absinken des Umsatzes und damit der Tilgungsleistung, der Brauerei die Möglichkeit geben, die Rückzahlung des Darlehens beschleunigen zu können.

Ist das dem Kunden zur Verfügung gestellte Darlehen zu verzinsen, so kann die Art und Weise der Zinszahlung einen Einfluß auf die Tilgungsdauer des Darlehens haben. Wurde vereinbart, die vom Darlehensnehmer zu entrichtenden Zinsen zusammen mit der Darlehenstilgung durch Aufschläge auf den Bierpreis zu kassieren, so verlängert sich die Rückzahlung bei gleichem Tilgungsmodus im Vergleich zu Darlehens- und Bierlieferungsverträgen, die Zinszahlungen auf Grund von besonderen Zinsrechnungen vorsehen. Der zu tilgende Betrag erhöht sich im ersten Fall um die anfallenden Zinsen. Dies muß bei den Verhandlungen über die Vertragsdauer und die Höhe der zeit- oder mengenbezogenen Tilgungsbeträge berücksichtigt werden, um die voraussichtliche Dauer der Bierbezugsverpflichtung überblicken zu können. Ergeben sich nämlich infolge von Umsatzrückgängen des Kunden Stockungen in der umsatzbezogenen Tilgung der Darlehensschuld, dann kann der Saldo der Gesamtschuld, bestehend aus Darlehens- und Zinsschuld, trotz kleiner Tilgungsleistungen auf Grund der anfallenden Zinsen sogar steigen anstatt zu sinken. Hier könnte eine oben erwähnte Mindesttilgung von Nutzen sein.

Besser ist es aber, wenn zwischen Brauerei und Kunde ein von der Darlehenstilgung unabhängiger Zinsdienst vereinbart wird, wie dies auch meistens geschieht. Der Darlehensnehmer erhält dann z.B. vierteljährlich Zinsrechnungen zugeschickt, die er unabhängig von seinem Bierumsatz und seinen Tilgungsleistungen zu bezahlen hat. Es ist dadurch bei Kunden, die sich schlechter als erwartet entwickeln, wenigstens die Verzinsung des eingesetzten Kapitals gesichert, wenn schon der Bierabsatz und mit ihm die Tilgung zu wünschen übrig lassen, zumindest solange der Kunde zahlungsfähig ist.

Wenn die Bierbezugsverpflichtung auf eine bestimmte Menge Bier lautet, wenn also im Bierlieferungsvertrag steht, daß sich der Kunde zur Abnahme von beispielsweise 1000 Hektolitern Bier verpflichtet, kann die Bierbezugsverpflichtung genau mit der Darlehenstilgung abgestimmt werden. Erhält der Kunde in diesem Fall ein Darlehen in Höhe von 10.000, -- DM, dann hat er pro Hektoliter 10, -- DM zurückzuzahlen. Ebenso kann man bei einer Darlehenstilgung in monatlichen Raten und einer zeitlichen Verpflichtung Tilgung und Bierbezugsverpflichtung koordinieren. Es kann aber manchmal schwierig sein, bei einem Darlehen von 10.000, -- DM, das durch Aufpreis von 10, -- DM pro Hektoliter getilgt werden soll, eine zeitliche Bierbezugsverpflichtung zu vereinbaren, die ungefähr mit der Tilgung des Darlehens endet. Besonders in den Fällen, in denen der Umsatz des Kunden bei Vertragsabschluß schwer abzuschätzen ist, kann sich die Tilgung des Darlehens weit über die eigentliche Verpflichtungszeit hinaus erstrecken, oder schon nach Ablauf der halben Zeit des Bierlieferungsvertrages beendet sein. Im zuletzt genannten Fall wird der Kunde in vielen Fällen eine Änderung des ursprünglichen Vertrages anstreben. Durch seinen über Erwarten guten Umsatz fühlt er sich im Verhältnis zu der geringen Darlehenshöhe über Gebühr lange gebunden. Hat er weiteren Kreditbedarf, dann kann die Brauerei diese Diskrepanz dadurch beheben, daß sie dem Wirt ein weiteres Darlehen gibt, ohne die bestehende Bierbezugsverpflichtung zu verlängern. Dem kann man aber entgegenhalten, daß Risiko und Chance bei Abschluß des Vertrages zu diesem Kompromiß geführt haben. Der Umsatz des Kunden hätte sich auch bedeutend schlechter als erwartet entwickeln können.

Um derartigen Auseinandersetzungen, die auf jeden Fall das Klima zwischen Brauerei und Wirt beeinträchtigen, aus dem Wege zu gehen, ist zu empfehlen, Bierlieferungsverträge möglichst mit mengenmäßiger Verpflichtung abzuschließen. Sie sind für beide Teile besser

zu überblicken. Der Darlehensnehmer fühlt sich nicht übervorteilt, Darlehensbetrag und Bierbezugsverpflichtung können besser aufeinander abgestimmt werden.

Der Versuch, ein festes Verhältnis zwischen Darlehenshöhe und zeitlicher Verpflichtung zu schaffen, beispielsweise in der Form, daß man die Faustregel aufstellt, 1000, -- DM Darlehen muß ein Jahr Verpflichtung des Kunden erbringen, ist zu grob, da die Umsätze der Kunden viel zu stark differieren und auch andere Gesichtspunkte die Darlehenshöhe beeinflussen. Aus diesem Grund muß auch der oben angedeutete Übergang einiger Brauereien zur festen Tilgungsrate trotz ihrer administrativen Vorteile als eine Fehlentwicklung bezeichnet werden. Die feste, auf die Zeit bezogene Tilgung kann nicht auf die Gegenleistung des Kunden, die Bierabnahme, abgestimmt werden. Diese Abstimmung von Leistung und Gegenleistung ist aber die Voraussetzung für eine gute und vertrauensvolle Beziehung zwischen Kunde und Brauerei.

Wenn man aber zur mengenmäßigen Verpflichtung übergeht und eine Faustregel aufstellt, wonach z.B. für je 10, -- DM Darlehen eine Verpflichtung zur Abnahme von einem Hektoliter Bier erreicht werden soll, dann erhält man einen Anhaltspunkt für betriebswirtschaftliche Überlegungen bezüglich der Rentabilität eines Darlehenseinsatzes und man kann die Darlehensgewährung etwas vereinheitlichen. Es treten dann keine Diskrepanzen zwischen Darlehensbetrag und Verpflichtungsdauer mehr auf. Die Darlehensgewährung der Brauereien wird übersichtlicher, sie wird vergleichbar.

Eine Brauerei darf aber bei dem Abschluß von mengenmäßigen Bierbezugsverpflichtungen nicht zu schematisch vorgehen. Die Verschiedenheit der einzelnen Absatzstätten darf nicht ignoriert werden, sondern man muß sie, wenn notwendig, durch eine höhere oder niedrigere Bezugsverpflichtung berücksichtigen. Eine entscheidende Rolle spielen in diesem Zusammenhang auch die örtlichen Konkurrenzverhältnisse.

Zum Fragenkomplex der Tilgung gehört auch das Problem der vorzeitigen Rückzahlung der Darlehensschuld. Durch eine vorzeitige Rückzahlung seines Darlehens möchte der Darlehensnehmer im allgemeinen aus der mit der Darlehensgewährung verbundenen Bierbezugsverpflichtung entlassen werden. Ist in dem Darlehens- und Bierlieferungsvertrag ein fester Zeitpunkt vereinbart oder eine Mindestabnahmemenge in Hektolitern festgesetzt, dann befreit

die Rückzahlung des Darlehens den Kunden nicht von seiner Bierbezugsverpflichtung. Ebenso klar ist die Situation, wenn im Bierlieferungsvertrag eine Sondertilgung ausdrücklich ausgeschlossen worden ist. In diesem Fall kann die Brauerei Sondertilgungen zurückweisen. Der Darlehensnehmer hat dann keine Möglichkeit, schuldbefreiende Zahlungen zu leisten.

Haben die Vertragspartner eines Darlehens- und Bierlieferungsvertrages aber keine feste zeitliche oder mengenmäßige Verpflichtung abgeschlossen und wurde auch keine Klausel in den Vertrag aufgenommen, die Sondertilgungen verbietet, dann ist für die sich ergebenden Rechtsfolgen folgendes zu unterscheiden¹⁾:

1. Darlehen, bei denen überhaupt keine Rückzahlungsvereinbarungen getroffen worden sind,
2. Darlehen, die in bestimmter Weise zu tilgen sind.

Zu 1:

Diese Darlehen müssen nach § 609 BGB unter Einhaltung der dort vorgeschriebenen Frist gekündigt werden, falls sie verzinslich sind. Ein zinsloses Darlehen kann der Darlehensnehmer ohne Kündigung zurückzahlen.²⁾

Nach § 247 BGB, der häufig übersehen wird, können Darlehen mit einem Zinssatz von mehr als 6 % nach Ablauf von sechs Monaten mit einer Frist von sechs Monaten gekündigt werden. Dieses Recht des Schuldners ist unabdingbar.

Zu 2:

Bei Darlehen mit einer Tilgungsabsprache ist der Darlehensnehmer nicht berechtigt, das Darlehen schneller zu tilgen als im Vertrag vereinbart wurde,¹⁾ denn es liegt im Wesen des Bierlieferungsvertrages, der hieraus berechtigten Brauerei einen festen Abnehmer zu sichern und sie dadurch auch im Interesse ihrer Kunden und Schuldner krisenfest zu machen.⁴⁾ Der Darlehens- und Bierlieferungsvertrag wäre ein höchst einseitiges und wirtschaftlich unbilliges Geschäft, wenn seine Erfüllung durch einen einseitigen Rückzahlungsakt unwirksam gemacht werden könnte, zumal der mit der Darlehensgewährung für den Darlehensnehmer verbundene wirtschaftliche Vorteil bestehen bleibt.⁵⁾

1) Vgl. Herlitz, Günther, Die vorzeitige Rückzahlung von Brauereidarlehen, in: Brauwelt 1955, S. 929 ff.

2) Vgl. § 609 Abs. 3 BGB.

3) Vgl. Verband Rheinisch-Westfälischer Brauereien e.V., Düsseldorf, Bericht über das Geschäftsjahr 1955/56, S. 29.

4) Vgl. derselbe, Bericht über das Geschäftsjahr 1956/57, S. 30.

Da bei den sog. "Abschreibungsdarlehen" grundsätzlich dasselbe Interesse der Brauerei an einer langen Bindung des Kunden bejaht werden muß, kann der Darlehensnehmer auch hier keine nicht vertraglich vereinbarten Rückzahlungen leisten, um aus dem Bierlieferungsvertrag entlassen zu werden. Er ist an den vereinbarten Abschreibungsmodus gebunden. Nimmt die Brauerei Tilgungsleistungen des Kunden an, obwohl im Darlehens- und Bierlieferungsvertrag eine Tilgung durch Abschreibung der Schuld seitens der Brauerei vereinbart wurde, kann sie trotzdem darauf bestehen, daß der Kunde den Bierbezug fortsetzt, und zwar unter Zugrundelegung des vertraglich vereinbarten Abschreibungsmodus.¹⁾ Wurde bei der Gewährung eines Abschreibungsdarlehens keine Tilgungsvereinbarung getroffen, dann erlischt mit der vorzeitigen Rückzahlung des Darlehens auch die Bierbezugsverpflichtung.

Ein Darlehens- und Bierlieferungsvertrag kann aber aus wichtigem Grund gekündigt werden. Ein wichtiger Grund liegt regelmäßig vor, wenn einem Vertragspartner die Fortsetzung des Vertragsverhältnisses nach Treu und Glauben objektiv nicht mehr zuzumuten ist. Die Kündigung beendet das Vertragsverhältnis; nunmehr ohne Rechtsgrund empfangene Leistungen, z.B. Darlehen, sind nach §§ 346 ff BGB zurückzugeben.²⁾

5. Der Darlehensvertrag

Bis zur Schaffung des "Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen" im Jahre 1957 war es ohne weiteres zulässig, daß Darlehens- und Bierlieferungsverträge formlos abgeschlossen wurden. Dieser Grundsatz wurde nun aber fallengelassen. Bierbezugsverpflichtungen gehören zu den in § 18 Abs. 1 Satz 2 GWB genannten Vertragstypen, die gemäß § 34 dieses Gesetzes schriftlich abzufassen sind.

Da die meisten Darlehens- und Bierlieferungsverträge einer Brauerei die gleichen Vertragsbestimmungen enthalten, haben sich die größeren Brauereien entschlossen, durch die Einführung gedruckter Vertragsformulare die Verwaltungsarbeit zu rationalisieren. Die Verwendung eines Standardvertragstyps hat aber auch noch andere Vorteile. Man erreicht eine gewisse Vereinheitlichung der Darlehensverträge und man kann sicher sein, daß kein einmal

1) Vgl. Herlitz, Günter: Die vorzeitige Rückzahlung von Brauereidarlehen, a.a.O., S. 930.

2) Vgl. derselbe, Außerordentliche Kündigung von Bierlieferungsverträgen, in: Brauwelt 1958, S. 469.

als wichtig erkannter Punkt, der daraufhin in den Standardvertrag aufgenommen worden ist, bei zukünftigen Verträgen unberücksichtigt bleibt. Außerdem kann man einen Gastwirt u. U. eher dazu veranlassen, eine bestimmte Vertragsklausel zu akzeptieren, wenn man ihn darauf hinweist, daß alle anderen Darlehensverträge dieser Brauerei nach demselben Schema abgeschlossen werden. Wenn es sich aber wirklich nicht vermeiden läßt, daß ein Punkt des Standardvertrages abgeändert oder weggelassen werden muß, dann wird diese Änderung des Standardvertrages vom Vertragspartner sicher entsprechend gewürdigt werden. In der Literatur ¹⁾ findet man recht brauchbare Vorschläge für die Abfassung von Darlehens- und Bierlieferungsverträgen. Auch einzelne örtliche Brauereiverbände haben - manchmal sogar unter Mitarbeit der Gaststättenverbände, wie es in Hamburg der Fall war - Vorschläge für die Gestaltung dieser Verträge gemacht.

Im folgenden soll nun die Zusammenstellung der wichtigsten und gebräuchlichsten Bestimmungen in Form eines Darlehens- und Bierlieferungsvertrages gegeben werden.

Darlehens- und Bierlieferungsvertrag

Zwischen der Y Brauerei in Z, nachstehend kurz "Brauerei" genannt, und den Eheleuten X, nachstehend kurz "Kunde" genannt, wird folgender Vertrag geschlossen:

§ 1 Darlehensgewährung

Die Brauerei stellt dem Kunden, bei Personenmehrheit als Gesamtschuldner, ein Darlehen von 10.000,-- DM (in Worten: zehntausend Deutsche Mark) zur Verfügung.

Die Auszahlung dieses Betrages erfolgt nach der in diesem Vertrag vorgesehenen Sicherheiten und Aushändigung aller zu ihrem Nachweis erforderlichen Urkunden an die Brauerei.

§ 2 Zinsen

Das Darlehen ist vom Auszahlungstage an mit 6 % zu verzinsen. Die Zinsen sind in vierteljährlichen Teilbeträgen zu entrichten, fällig am Ersten eines jeden Kalendervierteljahres.

§ 3 Darlehenstilgung

Zur Tilgung des Darlehens verpflichtet sich der Kunde, einen Aufschlag von 10,-- DM auf jeden von der Brauerei bezogenen hl Faßbier, von 1,-- DM auf jeden von der Brauerei bezogenen Kasten Flaschenbier und alkoholfreie Getränke zu entrichten. Diese Aufpreise sind jeweils bei Anlieferung zusammen mit der Bezahlung der Getränke fällig. Die Mindestamortisation beträgt 100,-- pro Monat.

1) Vgl. z.B. Schessl, Rudolf, a.a.O., S. 87; Bernhard, Walter, Verträge der Brauereien, in: Vertragshandbuch für Brauerei und Mälzerei, 3. Aufl., Nürnberg 1956, S. 8 ff.

Die Brauerei ist berechtigt, gezahlte Tilgungsbeträge jederzeit nach ihrer Wahl auf ihre Forderungen gegen den Darlehensnehmer zu verrechnen.

§ 4 Bezugsverpflichtung

Die Darlehensnehmer verpflichten sich, ihren gesamten Bedarf an ober- und untergärrigem Bier in Fässern und Flaschen sowie an von der Brauerei hergestellten oder vertriebenen alkoholfreien Getränken, ausschließlich von der Brauerei oder von dieser zu benennenden anderen Brauereien oder Biervertriebsgesellschaften zu den jeweils geltenden Preisen und Bedingungen zu beziehen. Diese Verpflichtung gilt bis zur vollständigen Tilgung des Darlehens und bis zur Erfüllung aller sich aus der Geschäftsverbindung mit der Brauerei ergebenden sonstigen Verbindlichkeiten, mindestens aber bis zum 19.. bzw. unter Abnahme von wenigstens 1000 hl Bier.¹⁾

Diese Bezugsverpflichtung des Kunden erstreckt sich auf seinen gesamten Bedarf an Bier und alkoholfreien Getränken innerhalb und außerhalb seiner Gastwirtschaft, auch bei Übertragung, Verlegung, Erweiterung oder Abänderung, sowie auf sämtliche vom Kunden betriebenen Ausschank- oder Verkaufsstellen und Veranstaltungen. Weiter verpflichtet sich der Kunde, diese Wirtschaft für die Dauer der Bezugsverpflichtung ununterbrochen als solche zu betreiben.

Die Bezugsverpflichtung des Kunden gilt auch gegenüber einem Rechtsnachfolger und einem Fusionsnachfolger der Brauerei.

§ 5 Sicherheit

Zur Sicherheit für alle bestehenden und künftigen Forderungen der Brauerei aus diesem Vertrag bzw. aus der Geschäftsverbindung mit dem Kunden wird

- a) hiemit das in der Anlage zu diesem Vertrag aufgeführte Inventar der Brauerei übereignet, wobei der Kunde die Versicherung abgibt, daß die übereigneten Gegenstände sein uneingeschränktes, mit keinerlei Rechten Dritter belastetes Eigentum sind.

Die Brauerei nimmt die Eigentumsübertragung an und überläßt die Inventargegenstände dem Kunden zur leihweisen Benutzung. Der Kunde verspricht, das Inventar schonend zu gebrauchen, ständig in gutem Zustand zu erhalten, wozu auch der Abschluß einer ausreichenden Feuer- und Haftpflichtversicherung gehört. Der Kunde hat der Brauerei jederzeit den Nachweis über die erfolgte Versicherung durch Vorlage der Versicherungspapiere zu erbringen und einen etwaigen Anspruch gegen die Versicherung abzutreten.

Inventarabgänge oder Zugänge sind der Brauerei mitzuteilen. Gegenstände, die durch Verschleiß oder auf sonstige Weise unbrauchbar werden oder fortfallen, sind von dem Kunden durch gleichwertige Stücke zu ersetzen. Diese werden mit der Anschaffung ebenfalls Eigentum der Brauerei, die auch diese Gegenstände dem Kunden leihweise überläßt.

Bei Vornahme einer Pfändung oder bei einer Beschlagnahme der Gegenstände im Zwangsversteigerungs- oder Zwangsverwaltungsverfahren ist dem Pfändungsbeamten dieser Vertrag

1) Es kommt nur eine der beiden angeführten Verpflichtungsarten in Frage. Es wird entweder eine zeitliche oder eine mengenmäßige Verpflichtung abgeschlossen.

unter besonderem Hinweis auf das übereignete Inventar vorzulegen und der Brauerei binnen 24 Stunden schriftlich Anzeige unter Beifügung des Pfändungsprotokolls zu machen. Interventionskosten gehen zu Lasten des Kunden.

Wenn der Kunde seine Verpflichtungen aus dem Vertrag oder der sonstigen Geschäftsverbindung verletzt, so sind auf Verlangen der Brauerei die Gegenstände sofort an sie herauszugeben.

- b) auf dem Grundbesitz des Kunden in eingetragen im Grundbuch von Band Blatt eine Grundschuld in Höhe von 10.000, -- DM im Range hinter DM eingetragen.

§ 6 Vertragsstrafe

Bei Verstoß gegen die Bezugsverpflichtung (§ 4) wird eine Vertragsstrafe von 10, -- DM für jeden anderweitig bezogenen hl Faßbier und von 1, -- DM für jeden anderweitig bezogenen Kasten Flaschenbier bzw. alkoholfreie Getränke erhoben. Die Brauerei darf bei der Berechnung der Vertragsstrafe die vertragswidrig bezogene Menge schätzen. Der Kunde hat demgegenüber den Beweis zu führen, daß der Fremdbezug geringer war. Das Geltendmachen der Vertragsstrafe schließt eine darüber hinausgehende Schadensersatzforderung nicht aus.

§ 7 Kündigung

Die Brauerei ist berechtigt, das Darlehen einschließlich der daraus entstandenen Zinsen und Nebenforderungen fristlos zu kündigen, wenn der Kunde gegen eine ihm aus diesem Vertrag erwachsende Pflicht verstößt. Macht die Brauerei von ihrem Kündigungsrecht Gebrauch, so wird die ausschließliche Bierbezugsverpflichtung hiervon nicht berührt.

§ 8 Nachsicht

Auch wiederholt geübte Nachsicht, insbesondere vorübergehende Erleichterungen für die Vertragsverpflichtungen des Kunden, gewähren für die Zukunft keinerlei Rechte und bedeuten insbesondere keine stillschweigende Abänderung des Vertrages.

§ 9 Geschäftsnachfolger

Sollte der Kunde während der Laufzeit des Vertrages das Geschäft an andere Personen abgeben (insbesondere verkaufen, verpachten, durch Stellvertreter ausüben lassen), so hat er die vertraglichen Verpflichtungen bei Fortbestehen der eigenen Haftung seinen Nachfolgern aufzuerlegen.

....., den 19..

Es folgen nun die Unterschriften der beiden Vertragsparteien. In den meisten Darlehens- und Bierlieferungsverträgen wird die Ehefrau des Kunden als Mitkontrahentin zugezogen. Es wird dadurch vermieden, daß die Eheleute ihre Vermögensverhältnisse durch güterrechtlichen Vertrag so regeln, daß das vorhandene Vermögen im Falle der Zwangsversteigerung

dem Zugriff der Gläubiger des Mannes entzogen ist.¹⁾

Außer den angeführten Punkten können in einem Darlehens- und Bierlieferungsvertrag auch noch Bestimmungen über die Anerkennung von Kontoauszügen, über das Anbringen von Brauerei-Reklame an der Absatzstätte, über das Flaschenpfand, über die Kosten des Vertrages (Grundbucheintragungen), über den Ausschluß mündlicher Nebenabreden, über den Gerichtsstand u. ä. aufgenommen werden.

Ein Bierlieferungsvertrag, der den Bedürfnissen von Brauerei und Kunde Rechnung trägt, ist die Grundlage für ein gutes Verhältnis zwischen den beiden Vertragspartnern. Fühlt sich der Gastwirt durch einen unglücklich abgefaßten Vertrag benachteiligt, dann wird nie ein gutes geschäftliches Klima, das die Grundlage für eine eventuell mögliche Vertragsverlängerung ist, zwischen Brauerei und Darlehensnehmer aufkommen können.

6. Grundsätze der Kreditüberwachung

Jeder Vorgang der Kreditvergabe ist mit Prüfungs- und Überwachungsfunktionen des Kreditgebers verbunden.²⁾ Die Prüfungsfunktion liegt zum großen Teil vor der Vergabe des Darlehens, nämlich bei der Prüfung der Kreditwürdigkeit des Darlehensnehmers. Die Überwachungsfunktion kommt während der Laufzeit des Kredits zum Tragen. Die Aufgabe der Kreditüberwachung besteht darin zu kontrollieren, ob sich die bei der Kreditprüfung ermittelten Daten während der Laufzeit des Kredits zum Nachteil des Kreditgebers verändern.³⁾ Beim Kunden-darlehen der Brauereien sind in erster Linie folgende Punkte zu kontrollieren:

1. Hält der Darlehensnehmer seine Zinszahlungs- und Tilgungsverpflichtungen ein?
2. Entspricht die Bierabnahme des Darlehensnehmers den Erwartungen?
3. Hat sich der Wert der zur Verfügung stehenden Sicherheiten wesentlich verschlechtert?
4. Werden die Vereinbarungen über die Verwendung des Darlehens eingehalten?

Zu 1.:

Die Überwachung der Zinszahlungen der Darlehensnehmer ist unproblematisch, wenn sie unabhängig von der Tilgung in festen Abständen erfolgt, wenn z.B. vierteljährlich Zinsrechnungen versandt werden. Werden die Zinsen zusammen mit der Tilgungsleistung durch

1) Vgl. Hoecht, Alexander, a.a.O., S. 28.

2) Vgl. Hartmann, Bernhard, a.a.Q, S. 10.

3) Vgl. ebenda, S. 67.

Aufschläge auf den Bierpreis bezahlt, dann ist es Sache der innerbetrieblichen Verrechnung, den rückfließenden Geldstrom auf Zinszahlungen und Amortisationen aufzuteilen. Im allgemeinen werden mit den Zahlungen des Kunden zunächst die Zinsforderungen abgedeckt und erst der Rest zur Amortisation des Darlehens verwendet. Genauso wird bei monatlichen oder vierteljährlichen Annuitäten verfahren, falls die eingehenden Zahlungen nicht alle Forderungen der Brauerei aus dem Kapitalverkehr mit ihrem Kunden decken.

Die Überwachung der Tilgungsleistungen ist bei der allgemein vorherrschenden Tilgung durch Aufschläge auf den Bierpreis in erster Linie von der Bezahlung der Warenlieferung abhängig. Beahlt der Kunde die Bierlieferung, dann entrichtet er im allgemeinen auch den Aufpreis. Das Bezahlen der Bierlieferung und der Aufpreis zur Tilgung des Darlehens gehören für ihn zusammen. Da der Aufpreis im allgemeinen nur 10 % des Bierpreises ausmacht, also im Vergleich zu diesem verhältnismäßig gering ist, fällt er auch nicht sehr ins Gewicht. Gerät der Kunde aber mit der Begleichung der Bierlieferungen in Verzug, dann versiegt damit gleichzeitig auch die Amortisation des Darlehens.

Tilgt der Darlehensnehmer seine Schuld aber in festen Raten, dann erfolgen die Amortisation des Darlehens und das Begleichen der Warenlieferung völlig unabhängig voneinander. Die Kontrolle des Zahlungseingangs für die Darlehensforderung ist in diesem Fall ohne besondere Schwierigkeiten möglich. Nicht so bei der umsatzabhängigen Tilgung in Form von Aufpreisen auf jeden vom Schuldner bezogenen Hektoliter Bier. Die Überwachung der Tilgungsleistung erfolgt in diesem Fall zunächst einmal durch die Kontokorrentbuchhaltung. Sie hat zu kontrollieren, ob die Tilgung dem Umsatz entspricht und dann die eingegangenen Beträge der Darlehensabteilung mitzuteilen. Da das Ausbleiben der Amortisation in der Regel auch mit dem Nichtbezahlen der Bierlieferung einhergeht, ist es Sache der Kontokorrentabteilung, den Gesamtbetrag einzufordern. Das ist nicht so bei der Tilgung des Darlehens in monatlichen oder vierteljährlichen Raten oder bei der Rückzahlung in einem Betrag. Hier muß die Darlehensabteilung einer Brauerei die Einforderung ausstehender Beträge selbst übernehmen.

Bleibt die Zahlung einer fälligen Tilgung oder Zinsforderung aus, so braucht diese säumige Zahlungsweise nicht unbedingt in der mangelnden Zahlungsfähigkeit des Schuldners begründet zu sein. Es gibt immer wieder zahlungsfähige, aber dennoch zahlungssäumige oder

zahlungsunwillige Kunden.¹⁾ Die Darlehensbuchhalter einer Brauerei haben in den meisten Fällen so viel Einblick in die finanziellen Verhältnisse der Darlehensnehmer, daß sie ohne Schwierigkeiten beurteilen können, ob echte Liquiditätsschwierigkeiten der Grund für das Ausbleiben der Zahlungen sind oder ob der Grund anderswo zu suchen ist. Es kommt beispielsweise vor, daß ein Kunde ungerecht behandelt, übergangen oder sonstwie gekränkt wurde und daraufhin den Bierbezug sowie auch alle anderen Zahlungen einstellt. Oft muß hier mit psychologischem Geschick die Unstimmigkeit beseitigt werden, denn gerade verpflichtete Kunden reagieren auf falsche Behandlung noch empfindlicher als freie Kunden, da sie wissen, daß sie von der Brauerei abhängig sind. Sie versuchen oft, aus durchaus gerechtfertigten Maßnahmen eine Unterdrückung und Bevormundung herauszulesen. Mit dem Versenden einer Mahnung ist also in diesen Fällen meist nicht viel zu erreichen, sondern es muß der Ursache der Verstimmung nachgegangen werden, um sie eventuell beheben zu können. Schwächen gegenüber Launen des Darlehensnehmers können allerdings oft zu weiteren Forderungen führen.

Schwieriger wird die Lage bei Kunden, die in echten Zahlungsschwierigkeiten sind. Hier gilt es zu erkennen, ob es sich nur um eine vorübergehende finanzielle Schwäche handelt oder ob dies schon der Anfang zu einem nicht mehr aufzuhaltenden Zusammenbruch ist. Im ersten Fall wird die Brauerei dem Kunden durch eine befristete Stundung der Schuld entgegenkommen oder gar einige Tilgungsraten erlassen müssen. Dies gilt besonders für Geschäfte, die erst anlaufen, in Zukunft aber gute Umsätze erhoffen lassen. Aber auch hier ist eine Stundung nur dann angebracht, wenn man bisher den Eindruck gewinnen konnte, daß der Kunde für dieses Geschäft geeignet ist und auch den dazu notwendigen guten Willen mitbringt.

Im Falle der Gefahr eines finanziellen Zusammenbruchs des Kunden aber muß die Leitung der Brauerei Überlegungen anstellen, wie sie sich aus diesem Geschäft zurückziehen kann, ohne zuviel von dem investierten Kapital zu verlieren. Hier folgt einer oder mehreren erfolglosen Mahnungen am besten der Zahlungsbefehl. Liegt der Grund des Mißerfolges aber in der Person des Kunden, es wird hier hauptsächlich an Pachtgaststätten gedacht, dann ist zur Sicherung des eingesetzten Kapitals und zur Förderung des Bierumsatzes zu versuchen, den bisherigen Bewirtschafter durch einen geeigneteren Mann zu ersetzen.

1) Vgl. Linhardt, Hanns, Kreditkontrolle, a.a.O., S. 188.

Obwohl Mahnungen mit sehr viel Fingerspitzengefühl vorgenommen werden sollen, kann man doch sagen, daß die Verfolgung von zahlungs säumigen Schuld nern nicht zu nachsich-
tig gehandhabt werden darf. Wenn eine Brauerei darauf spekuliert, den Kunden durch groß-
zügige außervertragliche Stundungen gewogen zu stimmen, wenn sie glaubt, bei hartem
Vorgehen den Kunden nach Ablauf des Vertrages zu verlieren, so muß darauf entgegnet
werden, daß es im allgemeinen keinen Dank für nachsichtiges Gläubigerverhalten gibt.
Bei einem neuen Vertragsabschluß entscheiden die Bedingungen, die die Brauerei dem Kun-
den anzubieten hat, über eine Verlängerung der Bierbezugsverpflichtung. Sind die Bedin-
gungen anderer Lieferanten günstiger, dann wird der Kunde im allgemeinen mit dieser
Brauerei abschließen. Die großzügige Behandlung der Abwicklung des alten Darlehens-
und Bierlieferungsvertrages beeinflusst die Entscheidung des Kunden nur in den seltensten
Fällen.

Bei der Überwachung der Zins- und Tilgungstermine ist weiter zu bedenken, daß es Situa-
tionen geben kann, in denen für eine Brauerei der Wunsch eines Darlehensnehmers nach
Stundung gelegen kommt. Das sind die Fälle, in denen die Bierbezugsverpflichtung des Kun-
den eigentlich bereits ausgelaufen ist und nur deshalb noch weiter besteht, weil der Kunde
noch Darlehensschulden bei der Brauerei hat. Durch die Stundung der Schuld kann die Be-
zugsverpflichtung weiter verlängert werden. Voraussetzung für diese wie für jede Stundung
von Darlehenstilgungen sollte aber sein, daß der Kunde die Bierlieferungen weiterhin be-
zahlen kann bzw. daß der Saldo auf dem Kontokorrentkonto nicht zu groß wird. Es handelt
sich in dem angeführten Beispiel also um einen recht seltenen Fall.

Zu 2:

Man wird sich fragen, was die Überwachung des Bierbezugs mit der Kreditüberwachung zu
tun hat. Dies ist aber die eigentliche Erfolgskontrolle bei der Darlehensgewährung, da es
für die Brauerei in erster Linie darauf ankommt, Bier zu verkaufen. Um dieses Geschäft zu
sichern und zu forcieren, gewährt sie ihre Darlehen und nicht als Dienstleistungsunternehmen,
wie das bei einem Kreditinstitut der Fall ist. Dieser Hauptzweck der Darlehensgewährung muß
immer im Auge behalten werden, auch bei der Kreditkontrolle.

Es ist Sache der Geschäfts- oder der Verkaufsleitung, in gewissen Zeitabständen die Umsatz-
entwicklung der einzelnen Kunden, insbesondere der Darlehensnehmer, anhand der Umsatz-
karten oder ähnlicher statistischer Unterlagen zu überprüfen. Wird ein Rückgang im Bierbezug

festgestellt oder eine Stagnation bei Kunden, die eigentlich eine Steigerung erwarten ließen, dann muß der Sache nachgegangen werden. Nur durch eine stetige Kontrolle des Bierbezugs eines Darlehensnehmers kann festgestellt werden, inwieweit die künftige Darlehenspolitik gegenüber diesem Kunden den effektiven Verhältnissen anzupassen ist und ob eventuell schon während der Laufzeit des Vertrages die nötigen Konsequenzen zu ziehen sind.¹⁾

Zu 3:

Die Überprüfung des Wertes der Sicherheiten ist in der Hauptsache bei den mobiliaren Sicherheiten erforderlich. Eine Wertminderung der immobilaren Sicherheiten ist erstens weit seltener als die der mobiliaren, zweitens ist ihr Auftreten und ihr Ausmaß meist schwerer zu erkennen und schließlich kann man im allgemeinen nichts dagegen unternehmen. Der Schuldner wird nicht bereit und auch nicht in der Lage sein, bei einer Wertminderung seines Grundstückes die für die Brauerei eingetragene Grundschuld im Rang zu verbessern.

Bedeutend mehr Aufmerksamkeit muß man aber den mobiliaren Sicherheiten schenken. Es ist Aufgabe des Brauereireisenden, der eine Gastwirtschaft, deren Inventar der Brauerei zur Sicherheit für eine Darlehensforderung übereignet ist, regelmäßig besucht, darauf zu achten, ob eine über das normale Maß hinausgehende Abnutzung bei diesem Inventar festzustellen ist oder ob gar einzelne Stücke nicht mehr vorhanden sind. Versäumt der Reisende diese Kontrolle, dann ist es der Brauerei nicht möglich, den Darlehensnehmer rechtzeitig zum Ersatz der beschädigten oder verschwundenen Stücke anzuhalten, wozu sie in den meisten Fällen ein vertragliches Recht aus dem Darlehens- und Bierlieferungsvertrag hat. Der Wertverlust der mobiliaren Sicherheiten, sofern er über die übliche Abnutzung hinausgeht, steigert unnötig das Risiko der Darlehensgewährung.

Zu 4:

Ein wichtiger Punkt der Kreditüberwachung ist die Kontrolle der vereinbarungsgemäßen Verwendung des von der Brauerei darlehensweise zur Verfügung gestellten Geldbetrages. Am einfachsten läßt sich das in der Weise erledigen, daß sich die Brauerei die noch unbezahlten Rechnungen über die zu finanzierenden Gegenstände vom Kunden oder vom Lieferanten der Gegenstände zuschicken läßt und sie dann zu Lasten des Darlehenskontos begleicht. Der Darlehensnehmer gelangt bei dieser Methode überhaupt nicht in den Besitz der Darlehenssumme.

1) Vgl. dazu Kapitel D IV 9, S. 134 ff.

Manchmal läßt sich eine Auszahlung des Darlehens direkt an den Kunden nicht vermeiden. In diesen Fällen muß eben ein gewisses Vertrauen vorhanden sein zur Integrität des Darlehensnehmer, denn eine nachträgliche Überprüfung der Mittelverwendung kann u. U. schon zu spät sein.

Bei einigen Kunden ist es nicht erforderlich, die Verwendung der Darlehenssumme zu kontrollieren. Es handelt sich dabei um größere, der Brauerei seit langem bekannte Kunden, bei denen an einer ordnungsmäßigen Tilgung des Darlehens kein Zweifel besteht. Der Brauerei kommt es bei diesen Kunden nur darauf an, daß sie auf Grund der Darlehensgewährung ihre Bierbezugsverpflichtung verlängern. Was sie mit dem zur Verfügung gestellten Geld machen, ob sie es geschäftlich oder privat verwenden, ist für die Brauerei unwesentlich.

7. Die Bilanzierung

a) Der Ausweis in der Handelsbilanz

Das Aktiengesetz vom 6. 9. 1965 versucht, durch ein im Vergleich zum Aktiengesetz von 1937 geändertes Bilanzgliederungsschema dem Außenstehenden einen besseren Einblick in die Liquidität des bilanzierenden Unternehmens zu geben. Um dies zu erreichen, wurde u. a. festgelegt, daß die "Ausleihungen mit einer Laufzeit von mehr als vier Jahren", im Gegensatz zum Aktiengesetz von 1937, gesondert auszuweisen sind. Diese Position, die nach altem Aktienrecht im Umlaufvermögen zu bilanzieren gewesen wäre, da dieses Gesetz sämtliche Forderungen dem Umlaufvermögen zuwies, wird vom neuen Aktiengesetz dem Anlagevermögen, genau dem Finanzanlagevermögen, zugewiesen. Die Forderungen, deren Laufzeit vier Jahre nicht überschreitet, werden noch wie bisher im Umlaufvermögen bilanziert. Unter "Laufzeit" ist bei den Ausleihungen im Gegensatz zu den "Forderungen aus Lieferungen und Leistungen" die vertraglich vereinbarte Laufzeit und nicht die Restlaufzeit zu verstehen, denn hier soll nicht nur die Liquidität, sondern auch die Art der Geldanlage gezeigt werden, die das Merkmal der Langfristigkeit nicht etwa in den letzten Jahren der Laufzeit verliert.¹⁾

Die Darlehensforderungen werden nun also bei einer Laufzeit von mehr als vier Jahren in den Bilanzen der deutschen Aktienbrauereien in einer gesonderten Position des Finanzanlagever-

1) Vgl. Verhandlungen des Deutschen Bundestages, 4. Wahlperiode, Anlagen zu den stenographischen Berichten, Bd. 76, Drucksache IV/171, Begründung zum Entwurf eines Aktiengesetzes, Bonn 1961/62, S. 169.

mögens ausgewiesen, wobei die darin enthaltenen grundpfandrechtlich gesicherten Forderungen in einer Unterposition aufzuführen sind. Für die Ausleihungen, deren Laufzeit vier Jahre nicht überschreitet und die wie bisher im Umlaufvermögen ausgewiesen werden, ist im Bilanzgliederungsschema keine eigene Position vorgesehen. Sie können also theoretisch unter der Position "sonstige Vermögensgegenstände" ausgewiesen werden. Im Sinne der Bilanzklarheit ist es aber zu empfehlen, in eine Brauereibilanz beim Umlaufvermögen eine Position "Ausleihungen mit einer Laufzeit von höchstens vier Jahren" aufzunehmen.

Das neue Aktienrecht bringt also eine Änderung in zweifacher Hinsicht. Erstens spaltet es die Ausleihungen nach ihrer Laufzeit auf, und zweitens weist es die Ausleihungen mit einer Laufzeit von mehr als vier Jahren dem Anlagevermögen zu. Schon lange vor der Schaffung dieses Gesetzes wurde in der brauwirtschaftlichen Fachliteratur¹⁾ eine Ausgliederung der langfristigen Kundendarlehen aus dem Umlaufvermögen und ihre Einstellung in das Anlagevermögen gefordert, und zwar in erster Linie aus steuerlichen Erwägungen.²⁾ Aber auch nach betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten ist diese mit der Einstellung ins Anlagevermögen verbundene Ausgliederung der langfristigen Darlehensforderungen zu begrüßen. Die Liquidität eines Brauereiunternehmens kann viel klarer beurteilt werden, wenn bekannt ist, welche Ausleihungen schon in verhältnismäßig kurzer Zeit wieder ins Unternehmen zurückfließen, und welche langfristig gebunden sind. Der bisher erfolgte Ausweis der gesamten Darlehensforderungen im Umlaufvermögen war schlechthin falsch. Langfristige Kundendarlehen sind Absatzanlagevermögen, vergleichbar mit brauereieigenen Gaststätten.

Die wesentlichste Änderung aber, die die Reform des Aktienrechts für die Bilanzierung von Kundendarlehen gebracht hat, liegt auf dem Gebiet der Bewertung. Es war bisher allgemein üblich, daß Brauereien in ihren Handelsbilanzen den Betrag der Darlehensforderungen durch einen Wertabschlag verringerten. Dieser Wertabschlag erfolgte neben der Pauschalwertberichtigung, dem Abschreiben uneinbringlicher Forderungen und der individuellen Wertberichtigung zweifelhafter Darlehensforderungen. Dies führte zu einer weit von den

1) Vgl. Seifried, Max, Die Bindung von Absatzstätten und damit zusammenhängenden Fragen bezüglich der Bilanzierung in Handels- und Steuerrecht, in: Brauwelt 1956, S. 850 ff.

2) Vgl. dazu das folgende Kapitel über die Steuerbilanz.

wirklichen Gegebenheiten abweichenden Unterbewertung und der damit verbundenen Legung stiller Reserven. Der ausgewiesene Jahreserfolg war durch die Manipulation unrichtig, d.h. zu niedrig. Diese Abschläge zur Regelung des auszuschüttenden Gewinns werden nun durch § 153 Abs. 1 und § 155 Abs. 1 AktG 1965 verhindert. Diese Bestimmungen sehen vor, daß Gegenstände des Anlagevermögens mit den Anschaffungs- oder Herstellungskosten, vermindert um Abschreibungen oder Wertberichtigungen, anzusetzen sind, die Gegenstände des Umlaufvermögens mit den Anschaffungs- oder Herstellungskosten. Das Wörtchen "höchstens" bei den Vorschriften über die Wertansätze, auf das im alten Aktienrecht die Zulässigkeit der Legung stiller Reserven gestützt wurde, ist im neuen Aktiengesetz gestrichen worden. Die Anschaffungs- oder Herstellungskosten sind künftig also nicht mehr nur eine obere, sondern auch eine untere Bewertungsgrenze.

Sind diese Rechnungslegungsvorschriften des neuen Aktiengesetzes außer von der Aktiengesellschaft und der Kommanditgesellschaft auf Aktien auch für die Einzelkaufleute, die Personengesellschaften, die Gesellschaften mit beschränkter Haftung, kurz für alle anderen Gesellschaftsformen zu beachten?

Jeder Kaufmann ist nach § 38 HGB verpflichtet, "Bücher zu führen und in diesen seine Handelsgeschäfte und die Lage seines Vermögens nach den Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung ersichtlich zu machen." Die Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung, die in dieser Bestimmung als für die Buchführung verbindlich bezeichnet werden, gelten auch für die Bilanz, denn die Bilanz ist nichts anderes als der Abschluß der Buchhaltung. Rechtliche Bestimmungen über diese Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und Bilanzierung sind in den §§ 38 bis 44 HGB, sowie in den §§ 125, 129 und 131 bis 133 AktG von 1937 enthalten.¹⁾

"Die Bestimmungen des Aktiengesetzes von 1937 über Ordnung und Form der Bilanz haben sich zu Grundsätzen ordnungsmäßiger kaufmännischer Buchführung und Bilanzierung mit Gültigkeit für alle Unternehmungsformen entwickelt."²⁾ An Stelle der §§ 131 bis 133 AktG von 1937 sind nun aber die §§ 151 bis 159 AktG von 1965 getreten. Sind diese Rechnungslegungsvorschriften des neuen Aktiengesetzes zu Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung und Bilanzierung geworden, nach denen sich alle Kaufleute zu richten haben?

1) Vgl. Heinen, Edmund, Handelsbilanzen, Wiesbaden 1960, S. 66.

2) Ebenda, S. 67.

Birkholz¹⁾ glaubt, daß die Rechnungslegungsvorschriften des Aktiengesetzes von 1965 keine Allgemeinverbindlichkeit beanspruchen wollen, soweit sie lediglich gesellschafts- und wirtschaftspolitischen Zielsetzungen Rechnung tragen. "Soweit die Vorschriften über die Rechnungslegung somit lediglich

- a) der Sicherung eines angemessenen Gewinnes für die Aktionäre dienen und darüberhinaus im Allgemeininteresse
- b) eine Verdeutlichung der wirklichen Lage der Gesellschaft, ein klares Bild ihrer Beteiligungsverhältnisse, kurz: eine tiefere Sinnerfüllung der Publizitätspflicht herbeiführen und sicherstellen wollen,

haben die Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung als solche durch sie m. E. keine Änderung im Sinne einer allgemein zu beachtenden Erweiterung erfahren."²⁾ Die Vorschriften des neuen Aktienrechts, die der Einschränkung der Möglichkeit zur Legung stiller Reserven dienen, bleiben also zunächst auf die Bilanz der Aktiengesellschaft und der Kommanditgesellschaft auf Aktien beschränkt. Alle übrigen Gesellschaftsformen können weiterhin, soweit sie eine Handelsbilanz aufstellen, Wertabschläge auf die Darlehensforderungen in der bisher üblichen Form und Höhe vornehmen. Der gesonderte Ausweis der "Ausleihungen mit einer Laufzeit von mehr als vier Jahren" als Position des Finanzanlagevermögens kann aber m. E. als Grundsatz ordnungsmäßiger Buchführung und Bilanzierung angesehen werden und ist deshalb für alle Brauereien verbindlich.

Von der Bewertung der Darlehensforderungen kann man, gültig für alle Gesellschaftsformen, grundsätzlich folgendes sagen:³⁾

1. Oberste Grenze für den Wertansatz gemäß § 40 HGB bzw. §§ 153 und 155 AktG von 1965 ist der Nennbetrag einer Forderung.
2. Uneinbringliche Forderungen sind auszubuchen.
3. Zweifelhafte Forderungen sind individuell abzuschreiben.
4. Für die übrigen Forderungen ist eine Pauschalwertberichtigung (Delkredere) auf der Passivseite der Bilanz einzurichten.

Der Nennbetrag einer dinglich gesicherten Darlehensforderung ist nicht das dingliche Recht

1) Birkholz, Hans, Das neue Aktienrecht in steuerlicher Sicht, in: Der Betriebsberater 1966, S. 709 ff.

2) Ebenda, S. 710.

3) Vgl. Heinen, Edmund, a.a.O., S. 162.

selbst, sondern der Betrag, in dessen Höhe die Forderung noch besteht.¹⁾ Der Ausweis in der Bilanz kann also nur in dieser Höhe erfolgen.

§ 40 HGB bestimmt, daß Forderungen in der Handelsbilanz mit "dem Werte anzusetzen sind, der ihnen in dem Zeitpunkt beizulegen ist, für welchen die Aufstellung stattfindet". Die Bilanzierung einer Forderung kann also immer erst dann erfolgen, wenn wirklich eine Forderung besteht, d.h. wenn das Darlehen bereits ausgezahlt ist. Eine Darlehensforderung entsteht nicht schon durch die Kreditzusage, sondern erst durch die Inanspruchnahme des Darlehens durch den Kreditnehmer.²⁾ § 40 HGB führt weiter aus, daß zweifelhafte Forderungen nach ihrem wahrscheinlichen Werte anzusetzen sind. Es müssen also bei der Bewertung von Forderungen immer die Zahlungsfähigkeit des Schuldners sowie die sonstigen Aussichten der Einbringlichkeit berücksichtigt werden. Diese hängen u. a. auch vom Marktwert der zur Verfügung stehenden Sicherheiten ab, wie beispielsweise von der Rangstellung der dinglichen Sicherung.³⁾ Es ist aber nicht nur die Rangstelle, in der das Grundpfandrecht eingetragen ist, von Bedeutung, sondern auch der Gesamtwert des belasteten Objekts. Maßgebend für diesen Gesamtwert ist der Veräußerungswert, da eine Befriedigung aus dem Grundstück eine Veräußerung voraussetzt.⁴⁾

Jede Forderung wird also grundsätzlich einzeln bewertet. Die dabei vorgenommenen Änderungen des Nennbetrages können aber nicht mehr durch die Einstellung einer passiven Wertberichtigung erfolgen, da die Aktienrechtsreform die Einzelwertberichtigung von Forderungen auf die direkte Abschreibung begrenzt hat.

Die Kundendarlehen der Brauereien werden öfters nur unzureichend verzinst. Diesen durch Minder- oder Unterverzinslichkeit verursachten Wertminderungen muß Rechnung getragen werden. Nach den Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung und Bilanzierung sind unternormal verzinsliche, langfristige Forderungen abzuzinsen und mit dem niedrigeren Wert in der Bilanz auszuweisen.⁵⁾

1) Vgl. Heinen, Edmund, a.a.O., S. 163.

2) Vgl. Beine, Günther, Die Bilanzierung von Forderungen in Handels, Industrie- und Bankbetrieben, Wiesbaden 1960, S. 39.

3) Vgl. Brönnner, Herbert, Die Bilanz nach Handels- und Steuerrecht, 5. Aufl., Stuttgart 1956, S. 17.

4) Vgl. Heinen, Edmund, a.a.O., S. 164.

5) Vgl. Beine, Günther, a.a.O., S. 112.

Zwar gilt für Handels- und Steuerrecht der Grundsatz der Einzelbewertung, bei der aber oft großen Zahl der Einzelforderungen ist es handelsrechtlich zulässig, eine Sammelbewertung im Form einer Pauschalwertberichtigung vorzunehmen. Im Gesamtbestand der Forderungen ist immer ein gewisser Prozentsatz dubios, deren Minderwertigkeit aber zum Zeitpunkt der Beurteilung noch nicht zu erkennen ist.¹⁾ Durch die Bildung von Wertberichtigungen werden nun diese wahrscheinlichen, aber noch nicht realisierten Verluste berücksichtigt. Sie stellen insoweit eine Antizipation künftiger Ertragsausfälle und damit eine Antizipation erst später wirksamer Verluste dar.

Die rechnungstechnische Abwicklung der pauschalen Wertberichtigung kann auf zwei verschiedene Arten erfolgen. Bei der Bilanzierung der Ausleihungen kann vom Gesamtbestand eine direkte Abschreibung vorgenommen und nur der Saldo in die Bilanz eingestellt werden. Es kann aber auch der Gesamtbestand der Darlehensforderungen auf der Aktivseite ausgewiesen und die Wertminderungen in Form einer Wertberichtigung auf der Passivseite berücksichtigt werden. Daran hat auch die Aktienrechtsreform nichts geändert. Durch sie wurde zwar die Einzelwertberichtigung von zweifelhaften oder minderverzinslichen Forderungen auf die Direktabschreibung begrenzt, wegen des allgemeinen Kreditrisikos dürfen aber außerdem auch weiterhin Pauschalwertberichtigungen zu Forderungen vorgenommen werden. Ein gesonderter Ausweis der Pauschalwertberichtigungen zu Ausleihungen ist aber nicht vorgesehen, so daß sie zusammen mit den pauschalen Wertberichtigungen zu Warenforderungen als "Pauschalwertberichtigungen zu Forderungen" in die Bilanz eingestellt werden.

Der Hundertsatz vom Nennbetrag der Forderungen, der bei einer Sammelbewertung als Delkredere angesetzt wird, schwankt nach Heinen²⁾ im allgemeinen zwischen 3 und 7 %. Diese Werte beziehen sich zwar in der Hauptsache auf Warenforderungen und nicht auf Ausleihungen, sie sind aber im Braugewerbe auch für diese Position nicht zutreffend. Nach den Bilanzanalysen des Deutschen Brauer-Bundes³⁾ ergibt sich bei den Warenforderungen ein durchschnittlicher Delkrederesatz der deutschen Brauereien von 16 % und bei den langfristigen Forderungen, d. h. den Ausleihungen, ein Bundesdurchschnittssatz von 19 %. Die effektiv

1) Vgl. Wöhe, Günter, Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, Bd. 1, Berlin und Frankfurt 1962, S. 296; Heinen, Edmund, a.a.O., S. 163.

2) Heinen, Edmund, a.a.O., S. 163.

3) Deutscher Brauer-Bund e.V., Bad Godesberg, Bilanzanalysen 1963, unveröffentlicht, Tabelle 3.

pro Jahr eintretenden Verluste betrugen bei den vom Verfasser in Teil I dieser Arbeit näher untersuchten Brauereien im Jahre 1965 1 % der in der Bilanz ausgewiesenen Darlehensforderungen. Der gleiche Prozentsatz war auch bei den Debitoren festzustellen. Daraus geht ganz klar hervor, daß die Darlehensforderungen in den Brauereibilanzen bisher erhebliche stille Reserven enthielten.

Im Zusammenhang mit der rechnungstechnischen Abwicklung der Darlehens- und Bierlieferungsverträge tritt manchmal auch die Frage der Aktivierung von Bierlieferungsrechten auf. Wird z.B. neben einem Darlehen dem Kunden auch ein Zuschuß gewährt, oder schließt der Kunde allein auf Grund der Gewährung eines Zuschusses eine mehrjährige Bierbezugsverpflichtung ab, so steht diesem Aufwand ein Ertrag in Form des Bierlieferungsrechtes gegenüber. Es liegt daher nahe, im Sinne einer periodengerechten Aufwandsverteilung nicht allein das Jahr der Ausgabe mit diesem Aufwand zu belasten, sondern in Höhe des Aufwandes ein Bierlieferungsrecht zu aktivieren. In jedem Jahr der Bierbezugsverpflichtung stünde dann dem Ertrag, der der Brauerei durch die Bierabnahme des Wirtes zufließt, die Abschreibung des Bierlieferungsrechtes als Aufwand gegenüber.¹⁾ § 153 Abs. 3 AktG von 1965 verbietet aber eine Aktivierung derartiger Rechte. "Für immaterielle Anlagewerte darf ein Aktivposten nur angesetzt werden, wenn sie entgeltlich erworben wurden." Die Aktivierung von im Unternehmen selbst geschaffenen immateriellen Wirtschaftsgütern würde eine Aktivierung noch nicht realisierter Gewinne bedeuten und wäre damit ein Verstoß gegen einen Grundsatz ordnungsmäßiger Buchführung und Bilanzierung, das Realisationsprinzip. Dieses Aktivierungsverbot erfaßt alle selbstgeschaffenen immateriellen Werte, wie Rechte aller Art, Patente, Erfahrungen, Kenntnisse und auch die selbstgeschaffenen Beziehungen zur Kundschaft.²⁾ Sind die immateriellen Rechte aber von Dritten auf dem Markt käuflich erworben worden, was bei Bierlieferungsrechten nur sehr selten vorkommt, dann ist die Erlöschance bereits durch einen dafür gebildeten Marktpreis erhärtet. In diesem Fall wäre die Aktivierung eines Bierlieferungsrechtes notwendig. Allerdings müssen sie in jedem folgenden Geschäftsjahr mindestens mit einem Fünftel abgeschrieben werden.³⁾

1) Vgl. Willenbrink, Karl, Der Bierlieferungsvertrag, in: Brauwelt 1958, S. 45.

2) Vgl. Rudolph, Hermann, Die materielle und formelle Gestaltung des Jahresabschlusses der Brauerei nach der Aktienrechtsreform, in: Brauwelt 1966, S. 1331.

3) Vgl. § 153 Abs. 5 AktG von 1965.

Dieses Aktivierungsverbot immaterieller Anlagewerte ist ein Grundsatz ordnungsmäßiger Buchführung und Bilanzierung. Er ist deshalb nicht auf die Bilanz der Aktiengesellschaft beschränkt, sondern hat für die Handelsbilanzen sämtlicher Gesellschaftsformen Gültigkeit.¹⁾

Die Aktivierung eines Bierlieferungsrechtes ist auch über einen Rechnungsabgrenzungsposten nicht möglich, denn diese dürfen nur ausgewiesen werden für "Ausgaben vor dem Abschlußstichtag, soweit sie Aufwand für eine bestimmte Zeit nach diesem Tag darstellen".²⁾ Das bedeutet, daß im Zeitpunkt der Ausgaben bereits die Einnahmen konkretisiert werden müssen, die den abzugrenzenden Aufwand verursachen. Ausgaben des laufenden Jahres, die irgendeinen künftigen Nutzen versprechen, scheiden daher für eine Bilanzierung aus. "Die Tatsache der Zeitbezogenheit eines Bierlieferungsvertrages ist nicht gleichbedeutend mit einem entsprechenden Nutzenzufluß in der gleichen Zeit."³⁾

b) Der Ausweis in der Steuerbilanz

Ist die Handelsbilanz nach den Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung und Bilanzierung aufgestellt und verstößt sie nicht gegen zwingende handelsrechtliche Vorschriften, so bildet sie die Grundlage für die steuerliche Gewinnermittlung.⁴⁾ Dieser Grundsatz der Maßgeblichkeit der Handelsbilanz für die Steuerbilanz leitet sich aus § 160 der Reichsabgabenordnung vom 22. 5. 1931 und aus § 5 Einkommensteuergesetz her und besagt in erster Linie, daß die Wertansätze der Handelsbilanz in die Steuerbilanz übernommen werden müssen, soweit nicht zwingende steuerliche Vorschriften Abweichungen bedingen.

Die vor Inkrafttreten des neuen Aktienrechts in den Handelsbilanzen deutscher Brauereiaktiengesellschaften zwecks Legung stiller Reserven allgemein üblichen Wertabschläge auf Darlehensforderungen haben zu einer starken Differenz zwischen dem handelsrechtlichen und dem steuerrechtlichen Ausweis dieser Position geführt. Durch die Aktienrechtsreform wurde die uneingeschränkte Unterbewertung der Aktiva in der Handelsbilanz untersagt, was eine starke Annäherung der Wertansätze in Handelsbilanz und Steuerbilanz zur Folge hatte.

1) Vgl. Birkholz, Hans, a.a.O., S. 709 ff.

2) § 152 Abs. 9 AktG von 1965.

3) Vgl. Rudolph, Hermann, Die materielle und formelle Gestaltung des Jahresabschlusses der Brauerei, a.a.O., S. 1336.

4) Vgl. Wöhe, Günter, Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, Bd. 1, a.a.O., S. 167.

Die Darlehensforderungen einer Brauerei sind in der Steuerbilanz nach § 6 Abs. 1 Einkommensteuergesetz mit den Anschaffungskosten anzusetzen. Die Anschaffungskosten einer Forderung sind in der Regel gleich ihrem Nennwert, zuzüglich etwaiger Nebenkosten. Stehen aber Höhe oder Konditionen eines Darlehens in keinem vernünftigen Verhältnis zu dem Nutzen, der der Brauerei aus der Darlehensgewährung erwächst, so hat der Unternehmer die Möglichkeit, bei der Bewertung auf den "niedrigeren Teilwert"¹⁾ herunterzugehen.

Obwohl im Steuerrecht wie im Handelsrecht der Grundsatz der Einzelbewertung herrscht, erkennt die steuerliche Rechtsprechung, der kaufmännischen Übung folgend, auch pauschale Wertberichtigungen an, wenn es sich um eine Zusammenfassung gleichartiger Wirtschaftsgüter handelt und die individuelle Bewertung mit Schwierigkeiten verbunden oder unzumutbar ist.²⁾ Der Bundesfinanzhof hat in seinem Urteil vom 1. 4. 1958³⁾ festgestellt, daß es den Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung und Bilanzierung nicht widerspricht, wenn ein Betrieb bestimmte Forderungen einzeln, den Rest pauschal bewertet. Der Kaufmann darf aber bei der Bemessung des Delkrederesatzes nicht vom ungünstigsten Fall ausgehen, sondern muß einen angemessenen Durchschnittssatz wählen. Nur Tatsachen, die vom Betrieb selbst darzulegen sind, nicht bloße Vermutungen, rechtfertigen nach dieser Entscheidung des Bundesfinanzhofes eine aus dem üblichen Rahmen fallende Schätzung. Andererseits dürfen aber bei der Bestimmung des Delkrederesatzes nicht nur die Erfahrungen der Vergangenheit herangezogen werden, die sich auf Jahre guter Konjunktur beziehen, denn in Zeiten konjunktureller Rückschläge wird man mit einer Zunahme der Darlehensausfälle rechnen müssen.⁴⁾

Bittner⁵⁾ sagt, daß neuerdings Delkrederesätze von 4 - 5 % kaum noch überschritten werden. Die wirtschaftliche Abteilung der VLB in Berlin aber hat im Jahre 1963 eine Umfrage über die Höhe der in der Bilanz angesetzten und seitens der Oberfinanzdirektion anerkannten Wertberichtigungssätze durchgeführt, der eine Großzahl von Brauereien gefolgt sind.⁶⁾ Aus den

1) Unter "Teilwert" versteht das Einkommensteuergesetz (§ 6 Abs. 1 Ziff. 1) den Wert, "den ein Erwerber des ganzen Betriebes im Rahmen des Gesamtaufpreises für das einzelne Wirtschaftsgut ansetzen würde; dabei ist davon auszugehen, daß der Erwerber den Betrieb fortführt".

2) Vgl. Oermann, J.; Meuschel, H., Einkommensteuer, 7. Aufl., Stuttgart 1962, S. 127.

3) BFH v. 1. 4. 1958, I 60/57 U, Bundessteuerblatt 1958, Teil III, S. 291.

4) Vgl. Wöhe, Günter, Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, a.a.O., S. 296.

5) Bittner, E., Aktuelle Steuerfragen, Vortrag auf der 10. Brauwirtschaftlichen Woche in Weihenstephan, April 1965, auszugsweise veröffentlicht in: Brauwelt 1965, S. 623.

6) Wirtschaftliche Abteilung der VLB Berlin, 4. Rundbrief 1963.

Angaben war erkennbar, daß alle drei Modalitäten, nämlich ausschließlich Einzel- oder Pauschalwertberichtigungen wie auch eine Kombination beider Methoden praktiziert werden. Der durchschnittlich anerkannte Prozentsatz der Gesamtwertberichtigung (Einzel- und Pauschalwertberichtigung) vom Gesamtsaldo der Außenstände (Darlehen, Warenforderungen, Schecks, Wechsel) schwankte zwischen 3 und 29 %. 44 % der Betriebe erreichten einen Gesamtwertberichtigungssatz von über 10 %. Die von den einzelnen Finanzverwaltungen anerkannten Sätze der Pauschalwertberichtigung für Darlehensforderungen schwankten zwischen 2 und 15 %. Im Normalfall dürften sie bei ca. 8 % liegen.

Diese enormen Unterschiede bei den von den Finanzbehörden anerkannten Delkrederesätzen sind einmal auf die unterschiedlichen Auffassungen der Behörden zurückzuführen, zum anderen werden sie aber auch von der betriebsindividuellen Höhe und Bonität der Darlehensforderungen beeinflußt.

Will eine Brauerei ihre Darlehensforderungen z.B. wegen unternormaler Verzinsung auf den niedrigeren Teilwert abzinsen, so stößt sie dabei im allgemeinen auf den Widerstand des Finanzamtes, das diese Abzinsung mit der Begründung beanstandet, daß die Brauerei bei diesen Verträgen Chance und Risiko sorgfältig abwägt und die Darlehens- und Bierlieferungsverträge im Ergebnis ausgeglichen sind. Die Finanzbehörde besteht deshalb bei einer Abzinsung aus diesem Grund auf der Aktivierung eines Bierlieferungsrechtes in Höhe des Abzinsungsbetrages.

Seifried¹⁾ bekämpft diese Ansicht. Er ist der Meinung, daß es durch den heftigen Konkurrenzkampf im Braugewerbe durchaus möglich ist, daß die Brauereien bei der Kreditgewährung oft jegliches Maß an Vernunft vermissen lassen, so daß in vielen Fällen bereits im Jahre der Darlehenshingabe der Teilwert mehr oder minder erheblich unter dem Nominalbetrag des Darlehens liegt. Zur Bewertung kundenbindender Forderungen, die wegen unternormaler Verzinsung abzuzinsen sind, entwickelt Seifried sogar eine besondere Methode. Er versucht, den Barwert dieser Forderungen durch Gegenüberstellung rechnerisch ermittelter Soll- und Istzinsen festzulegen. Dabei setzt er die Istzinsen folgendermaßen zusammen:

1) Seifried, Max, Der Teilwert kundenbindender Forderungen,
in: Brauwelt 1957, S. 121 ff.

1. die tatsächlich vereinnahmten Darlehenszinsen,
zuzüglich
2. einem Teilgewinn aus der Warenlieferung an den gebundenen Kunden, und zwar in
der Höhe, in der eine Brauerei direkte Nachlässe gewähren muß, um einen neuen
Kunden zu gewinnen,
3. abzüglich direkte Preisnachlässe.

Er nimmt also die direkten Preisnachlässe, die gewährt werden müssen, um einen Kunden ohne Darlehensgewährung zu gewinnen, als Wertmaßstab für die Darlehensforderung. Als Sollverzinsung ist der Zinssatz zu nehmen, der für das am höchsten zu verzinsende Fremdkapital zu bezahlen ist, das das Unternehmen in Anspruch nimmt. Wird von dem Unternehmen kein Fremdkapital beansprucht, dann ist der Zinssatz des § 14 Abs. 3 Bewertungsgesetz vom 16. 10. 1934 heranzuziehen, der 5,5 % beträgt. Werden die Darlehen nur zu einem Teil mit Fremdkapital finanziert, dann ist für den anderen Teil auch dieser Zinssatz des Bewertungsgesetzes heranzuziehen.

Weiterhin werden alle Faktoren in die Soll-Ist-Zinsberechnung einbezogen, die für die Minderbewertung von Forderungen ausschlaggebend sein können, wie z.B. eine "ungenügende Absicherung" der Darlehen oder eine "langfristige Vertragsabwicklung".

Die direkten Preisnachlässe, die Seifried zur Grundlage für die Bewertung der Darlehensforderung erheben will, sind keine festen Größen. Sie können durch geschickte Verhandlungsführung, durch die Marktposition der Brauerei, die in einem Teil des Absatzgebietes stark, in einem anderen Teil sehr schwach sein kann, sowie durch andere Imponderabilien stark beeinflusst werden. In vielen Fällen wird es überhaupt nicht notwendig sein, dem Kunden Preiszugeständnisse zu machen, auch wenn er kein Darlehen erhält. Die Berechnungsmethode von Seifried entbehrt also jeglicher festen Bezugsgrundlage und entspricht daher nur entfernt den wirklichen Verhältnissen.

Auch der Bundesfinanzhof hat sich mit diesem Problem auseinandergesetzt. In seiner Entscheidung vom 17. 3. 1959¹⁾ stellte er fest, daß die Sonderabschreibung einer Darlehensforderung, die auf Grund einer Minderverzinsung vorgenommen worden ist, als Anschaffungskosten für den mit dem zinsverbilligten Darlehen begründeten Bierlieferungsvertrag anzusehen und deshalb zu aktivieren ist.

1) BFH v. 17. 3. 1959, I 207/58 U, Bundessteuerblatt III, 1959, S. 320.

In diesem Urteil kommt der BFH erstmals zu dem Ergebnis, daß Bierlieferungsrechte grundsätzlich aktivierungsfähige Wirtschaftsgüter sein können. Er ist also im Gegensatz zu seinem Vorgänger, dem Reichsfinanzhof, unter Anwendung der Schmalenbachschen Theorie der Periodenabgrenzung dazu übergegangen, daß Rechte grundsätzlich aktivierungsfähig sind. "Die Verpflichtung zum Bezug des Bieres gründet sich auf Einzelverträge mit bestimmten Kunden. Sie ist deshalb nicht dem Geschäftswert (good will), der den Wert der Kundschaft allgemein erfaßt, zuzurechnen."¹⁾

Auch bei der Zurverfügungstellung verlorener Zuschüsse, wie z.B. Baukostenzuschüsse für die Umbauarbeiten an Gaststätten, können die Finanzbehörden auf die Aktivierung eines Bierlieferungsrechtes in Höhe des Zuschusses dringen. Ausschlaggebend ist dabei, ob diese unentgeltliche Leistung der Brauerei den Kunden zum Abschluß eines mehrjährigen Bierlieferungsvertrages veranlaßt hat. Gibt z.B. eine Brauerei einem Wirt einen Zuschuß von 5000, -- DM und verpflichtet ihn dadurch für fünf Jahre zum ausschließlichen Bezug ihrer Erzeugnisse, so sind die 5000, -- DM Ausgabe im Jahr der Hingabe des Zuschusses. Diese Ausgabe muß aber als Aufwand den Erträgen gegenübergestellt werden, die der Brauerei in den fünf Vertragsjahren durch diesen Bierlieferungsvertrag zufließen. Dies geschieht durch Aktivierung eines Bierlieferungsrechtes in Höhe von 5000, -- DM und durch gleichmäßige Abschreibung dieses Rechtes in der Dauer des Bierlieferungsvertrages.

Werden während der Dauer des Bierlieferungsvertrages noch weitere unentgeltliche Leistungen der Brauerei erbracht, dann kommt es im Hinblick auf die Aktivierungsfähigkeit dieser Aufwendungen darauf an, ob durch sie eine Vertragsverlängerung mit dem Kunden erreicht werden konnte. Dienen die Leistungen der Brauerei lediglich der Aufrechterhaltung einer guten geschäftlichen Beziehung, so ist der dafür aufgewendete Betrag nicht aktivierungsfähig.

Das Problem der Aktivierung eines Bierlieferungsrechtes kann auch auftauchen, wenn die Brauereien wegen eines starken Absinkens des Umsatzes der Absatzstätte oder einer ähnlichen Wertminderung ihres durch Darlehensgewährung gewonnenen Bierlieferungsrechtes dieses Darlehen nur noch mit dem niedrigeren Teilwert in die Bilanz aufnehmen wollen. War der Wertminderungsgrund, z.B. das Absinken des Umsatzes, bei Vertragsschluß noch

1) BFH vom 17. 3. 1959, I 207/58 U, Bundessteuerblatt III, 1959, S. 320.

nicht vor auszusehen, dann muß die Teilwertabschreibung als zulässig erachtet werden. Für die Aktivierung eines Bierlieferungsrechtes ist hier kein Raum mehr. Auch wird das Finanzamt in der gleichen Situation nichts einzuwenden haben, wenn die Brauerei das durch einen Zuschuß zustande gekommene Bierlieferungsrecht mit dem niedrigeren Teilwert ansetzt. Könnte der Wertminderungsgrund bereits bei Abschluß des Darlehens- und Bierlieferungsvertrages erkannt werden, wie es bei der im vorigen Kapitel angeführten unternormalen Verzinsung der Fall ist, so wird es mit Recht einwenden, daß eine Brauerei als kaufmannisches Unternehmen diesen Vertrag nicht abgeschlossen hätte, wenn sie sich nicht trotz der niedrigen Verzinsung einen Vorteil davon versprochen hätte. Das für die Brauerei mit der Darlehensgewährung verbundene Bierlieferungsrecht muß in diesen Fällen in Höhe der erfolgten Teilwertabschreibung aktiviert werden.

Diese Ausführungen zeigten die Situation auf, wie sie durch die bisherige steuerliche Rechtsprechung zu der Aktivierung von Bierlieferungsrechten geschaffen wurde. Tritt nun durch die Fiktion des Aktivierungsrechtes bzw. die sich daraus ergebenden Änderungen der Handelsbilanz ein Wandel in der steuerlichen Beurteilung der Bierlieferungsrechte ein?

Rudolph¹⁾ ist der Ansicht, daß § 153 Abs. 3 AktG von 1965, der bestimmt, daß für immaterielle Anlagewerte nur dann ein Aktivposten in die Bilanz aufgenommen werden darf, wenn sie entgeltlich erworben wurden, sei auch bei der Aufstellung der Steuerbilanz zu beachten. Er begründet dies mit dem Prinzip der Maßgeblichkeit der Handelsbilanz für die Steuerbilanz, nach dem die Steuerbilanz eine abgeleitete Handelsbilanz ist, die Bilanzierungsabweichungen nur nach Maßgabe der Sondervorschriften der §§ 6 bis 7 des Einkommensteuergesetzes kennt, im übrigen aber an die Aktivierungsgebote und -verbote des Aktiengesetzes gebunden ist. Eine Aktivierung der Bierlieferungsrechte ist dann nicht möglich, weil sie im Betrieb selbst geschaffen und nicht käuflich erworben worden sind.

Es ist aber noch nicht sicher, ob sich die Steuerrechtsprechung dieser Argumentation anschließen wird und damit ihre oben erläuterte Ansicht zum Begriff des Wirtschaftsgutes ändert. Einiges spricht dafür, daß die Finanzverwaltung und auch die Finanzgerichte weiterhin darauf bestehen werden, daß Bierlieferungsrechte aktivierungsfähige Wirtschaftsgüter sind.

1) Rudolph, Hermann, Die materielle und formelle Gestaltung des Jahresabschlusses der Brauerei, a.a.O., S. 1336.

Birkholz¹⁾ z.B. glaubt, daß die steuerliche Rechtsprechung zu diesem Punkt nicht geändert zu werden braucht, da eine Aktivierung derartiger Rechte, auch wenn sie nicht auf dem Markt erworben worden sind, nach § 6 Abs. 1 Einkommensteuergesetz geboten sei.

8. Die Refinanzierung der Brauereien

a) Finanzierung mit langfristig zur Verfügung stehendem Kapital

Alle drei klassischen Arten der Finanzierung, die Eigenfinanzierung, die Fremdfinanzierung und die Selbstfinanzierung, kommen für die Mittelbeschaffung bei der Darlehensgewährung der Brauereien in Frage. Sie sind allerdings nicht beliebig lenkbar und jede kann nur unter ganz bestimmten Voraussetzungen zur Anwendung kommen.

Die Eigenfinanzierung, als Finanzierung durch den oder die Unternehmer, kommt außer bei der Gründung eines Unternehmens im allgemeinen nur bei Mittelknappheit infolge starken betrieblichen Wachstums in Frage, und zwar in Form einer Kapitalerhöhung. Sie ist nicht dazu bestimmt, beispielsweise Mittel für eine vorübergehend forcierte Darlehensgewährung bereitzustellen. Sie deckt also nicht die Kapitalspitzen, sondern liefert den soliden Grundstock, auf dem dann die flexiblere Fremdkapitalpolitik aufbauen kann. Tritt aber ein durch starkes betriebliches Wachstum ausgelöster nachhaltiger Kapitalbedarf auf, der durch die betriebliche Selbstfinanzierung nicht behoben werden kann und durch Fremdfinanzierung den Verschuldungskoeffizienten (Verhältnis von Fremdkapital zu Eigenkapital) erheblich verschlechtern würde, dann ist dieser Kapitalbedarf nur durch eine Kapitalerhöhung zu befriedigen. Bei der Berechnung des Umfangs der Kapitalerhöhung einer expandierenden Brauerei können dann aber die in einem großen Unternehmen entsprechend höheren Ausleihungen eine entscheidende Rolle spielen, denn Darlehen als Anlagevermögen müssen mit Eigenkapital oder langfristigem Fremdkapital finanziert werden. Dieser Gesichtspunkt kann also aus liquiditätspolitischer Sicht zu einer Verstärkung der Kapitalerhöhung führen.

Die Selbstfinanzierung stellt zwar eine der bedeutendsten und anpassungsfähigsten Kapitalquellen für die Finanzierung von Darlehen dar, jedoch fließen vielfach die Mittel nicht ausreichend genug, um alle sich bietenden Investitionsmöglichkeiten im Absatzbereich

1) Birkholz, Hans, a.a.O., S. 709 ff.

ausnützen zu können.¹⁾ Es kann daher der bei einer verstärkten Darlehensgewährung sprunghaft auftretende Kapitalbedarf oft zu finanziellen Engpässen führen. Außerdem kann die Selbstfinanzierung zur Darlehensgewährung nur herangezogen werden, wenn das Unternehmen rentabel arbeitet. Diese Finanzierungsquelle versiegt aber, sobald kein Gewinn mehr erwirtschaftet wird bzw. wenn aller Gewinn ausgeschüttet wird.

Es bleibt der Brauerei, sind Bestände an flüssigen Mitteln nicht in ausreichender Höhe vorhanden, im allgemeinen nur die Fremdfinanzierung, um die Darlehenswünsche ihrer Kunden erfüllen zu können, bzw. um Absatzstätten durch den Abschluß von Darlehens- und Bierlieferungsverträgen zur Abnahme ihrer Erzeugnisse zu verpflichten. Von den verschiedenen Arten der Fremdfinanzierung kommt hier in erster Linie der langfristige Bankkredit in Frage, der, falls das Unternehmen über den nötigen Kreditspielraum verfügt, verhältnismäßig schnell zur Verfügung steht und bei einem Rückgang des Bestands an Darlehensforderungen auch wieder abgebaut werden kann. Bei günstigen Gewinnverhältnissen eines Unternehmens kann dieser in einer Wachstumsphase benötigte Bankkredit stufenweise durch selbstfinanziertes Eigenkapital ersetzt werden.

Die Finanzierung von Darlehen durch Fremdkapital ist aber untragbar, wenn diese nur kurzfristig zur Verfügung steht. Man kann nicht Kundendarlehen, die erst in Jahren oder gar Jahrzehnten wieder zurückfließen, mit kurzfristigem Fremdkapital finanzieren, ohne gegen den obersten Finanzierungsgrundsatz zu verstoßen: "Langlebige und dauernd gebundene Vermögensteile sollen durch langfristiges Kapital, in erster Linie durch Eigenkapital, finanziert werden."²⁾ Da es sich bei den Darlehen, die die Brauereien ihren Kunden zur Verfügung stellen, um dauernd gebundene Vermögensteile handelt, ist dieser Grundsatz hier strikt zu befolgen, damit die Zahlungsbereitschaft des Unternehmens nicht gefährdet wird.

Dies kann aber eine Brauerei u. U. vor schwierige Probleme stellen. Brauereien sind anlageintensive Betriebe, d.h. die Produktion bindet viel Kapital über Jahre hinweg. Dazu kommen nun noch die im allgemeinen recht umfangreichen Investitionen im Absatzbereich, die wie die Anlagen langfristig finanziert werden müssen. Fallen nun große innerbetriebliche

1) Vgl. Albach, Horst, Investition und Liquidität, Die Planung des optimalen Investitionsbudgets, Wiesbaden 1962, S. 143.

2) Schäfer, Erich, Die Unternehmung, Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 6. Auflage, Köln und Opladen 1966 (1. Aufl. 1949), S. 155.

Investitionen in einen Zeitraum, in dem an die Brauerei auch die Notwendigkeit von Investitionen im Absatzbereich herantritt, dann geraten viele Unternehmen an die Grenze ihrer finanziellen Leistungsfähigkeit. Dies wurde besonders deutlich in den ersten Jahren nach der Währungsreform. In dieser Zeit waren, um die im Kriege zerstörten bzw. restlos veralteten Betriebsanlagen wieder aufzubauen bzw. zu modernisieren, große Investitionen notwendig. Dazu kam, daß, bedingt durch den damals noch sehr geringen Bierkonsum, ein unerbittlicher Konkurrenzkampf der Brauereien entbrannte, der sich u. a. auch bei der Finanzierung der wiederaufzubauenden Gaststätten austobte. Diese Aufbaudarlehen an das Gaststättengewerbe verstärkten die Anspannung der in dieser Zeit ohnehin schon ungünstigen Liquiditätslage der Brauereien. Viele Unternehmen konnten aus diesen Gründen ihre Investitionen auf dem Sektor der Produktion wie auf dem des Absatzes nicht mehr mit langfristigen Fremdkapital finanzieren. Eigene Mittel standen schon lange nicht mehr in ausreichendem Maße zur Verfügung. "Sie mußten sich infolgedessen kurzfristig verschulden, um in der Lage zu sein, ihren Abnehmern langfristige Darlehen einzuräumen."¹⁾

Diese, allen traditionellen Finanzierungsgrundsätzen widersprechende Art der Mittelverwendung konnte nur unter den außerordentlich günstigen Bedingungen gutgehen, die der wirtschaftliche Aufschwung Deutschlands in diesen Jahren auch für die Brauereien mit sich brachte, indem der Umsatz der Brauereien sich von Jahr zu Jahr stark erhöhte. Heute, wo die jährlichen Zuwachsraten im Braugewerbe erheblich kleiner geworden sind und bei vielen Brauereien einer Stagnation oder einer Schrumpfung des Absatzes Platz gemacht haben, muß auf eine solide, d. h. langfristige Finanzierung dieses Teils des Anlagevermögens einer Brauerei besonders geachtet werden.

b) Verflüssigung der Darlehensforderungen durch Wechsel

Eine Zession der Darlehensforderungen ist den Brauereien nur in besonderen Ausnahmefällen möglich. Das sog. "factoring", das Verkaufen von Forderungen, ist nur für Warenforderungen geeignet; es widerspricht der Natur der Kundendarlehen in jeder Weise. Eine darlehensgewährende Brauerei hat aber ein anderes Mittel, um eine ungenügende Liquidität zu verbessern. Sie kann ihre Darlehensforderungen, die oft die Hauptursache für eine Anspannung der

1) Kinnebrock, Franz, Der Kapitaleinsatz zur Absatzsicherung im Braugewerbe, in: Brauwelt 1957, S. 1493 ff.

Liquidität sind, verflüssigen, indem sie sich in den Darlehensverträgen das Recht einräumen läßt, daß der Darlehensnehmer, falls die Brauerei es wünscht, in Höhe der zu diesem Zeitpunkt valutierenden Darlehensschuld einen Wechsel akzeptiert. Hat ein Unternehmen in dieser Weise vorgesorgt, dann kann es, falls kurzfristig flüssige Mittel benötigt werden, durch Versenden von Wechseln an seine Darlehensnehmer bzw. durch Diskontieren der von den Kunden akzeptierten Wechsel bei einer Geschäftsbank, einen Teil ihrer eigentlich langfristig festgelegten Darlehen verflüssigen. Nach Ablauf von drei Monaten wird das Akzept dann von der Brauerei eingelöst und, falls das Geld noch weiter benötigt wird, ein neues Papier ausgestellt, dessen Summe um die in der Zwischenzeit erfolgten Tilgungen geringer ist.

Diese Methode dient nicht der Sicherung der Darlehenssumme, wie Koch¹⁾ annimmt, sondern ist eine Möglichkeit zur Verbesserung der Liquidität. Als Sicherung haben diese Wechsel keine praktische Bedeutung. Versucht die Brauerei, bei Zahlungseinstellung des Kunden das Darlehen im Wechselprozeß zurückzuerhalten, wird sie nur dann Erfolg haben, wenn die Forderung anderweitig gut gesichert war. Höchstens kurzfristige kleinere Darlehen können mit Wechseln gesichert werden, wie bereits ausgeführt worden ist.²⁾

Solange eine Brauerei diese Finanzwechsel nicht mißbraucht, d.h. solange sie nach Ablauf der Frist für die Einlösung sorgt, werden aus Kundenkreisen keine Widerstände zu erwarten sein. Es konnte vom Verfasser wiederholt festgestellt werden, daß die Kunden ohne weiteres eine Vertragsklausel akzeptierten, die der Brauerei das Recht verbriefte, jederzeit in Höhe des Darlehenssaldo einen Wechsel zu erhalten.

9. Die Rentabilität der Darlehensgewährung

"Das Streben nach Liquidität und damit nach finanzieller Sicherheit kann nicht das eigentliche Ziel der Unternehmung sein. Es findet seine Grenze und Gegenkraft im Streben nach Rentabilität."³⁾ Die dem Unternehmen in Form von Kassenbestand und Bankguthaben zur Verfügung stehenden liquiden Mittel erwirtschaften keinen bzw. nur einen geringfügigen Ertrag. Je liquider ein Unternehmen ist, desto mehr Kaufkraft wird im Regelfalle einer zielgerechten Anlage entzogen. Das oberste Ziel einer Unternehmensführung ist aber die

1) Koch, Gerhard, a.a.O., S. 139.

2) Vgl. Kapitel D I 3.

3) Schäfer, Erich, a.a.O., S. 164.

Maximierung der Eigenkapitalrentabilität.

Auch die Gewährung von Kundendarlehen als eine Art der Kapitalverwendung und die damit verbundene Bierbezugsverpflichtung eines Kunden ist daher nur dann rational, wenn dadurch die Rentabilität gesteigert wird. Ein Darlehen darf nicht gewährt werden, wenn die dafür benötigten finanziellen Mittel beispielsweise bei der innerbetrieblichen Rationalisierung dringender erforderlich sind, wenn ihr dortiger Einsatz einen höheren Gewinn erbringt.

Selbst wenn feststeht, daß eine Investition im Absatzbereich der Unternehmung in Form von Kundendarlehen durch die damit verbundene Umsatzsicherung bzw. Umsatzsteigerung positiv zu beurteilen ist, muß vor der Vergabe eines Darlehens untersucht werden, ob aus dieser Art der Kapitalverwendung ein zusätzlicher Gewinn zu erwarten ist, d.h. ob diese Darlehensgewährung rentabel ist. Da es sich bei der Darlehensgewährung der Brauereien um eine absatzwirtschaftliche Finanz-Investition handelt, so kann man versuchen, mit Hilfe der Investitions- bzw. Wirtschaftlichkeitsrechnung die Rentabilität des investierten Kapitals zu ermitteln.

Im Gegensatz zu den meisten Investitionen im Produktionsbereich der Unternehmung ist es aber bei den Investitionen, die zum Abschluß von langfristigen Bierlieferungsverträgen führen, nicht möglich, die optimale Ausnutzung eines gegebenen Investitionsbudgets zu erreichen, denn die Brauereileitung weiß fast nie, welche Darlehensanforderungen in nachfolgenden Zeitpunkten an sie gestellt werden. Die einzelnen Investitionsmöglichkeiten werden zu ganz verschiedenen Zeitpunkten, die sich über das ganze Geschäftsjahr verteilen, aktuell und sie müssen innerhalb weniger Tage, manchmal sogar binnen weniger Stunden entschieden werden. Ein Vergleich aller oder auch nur mehrerer an die Brauerei im Laufe eines Jahres herangetragener Darlehenswünsche zur Ermittlung der günstigsten unter einer Anzahl von Investitionsmöglichkeiten ist daher ex ante nicht möglich. Diese fehlende Vergleichsmöglichkeit erschwert die Entscheidung über die Darlehensvergabe sehr.

Zur Beurteilung der Rentabilität des in Form von Darlehen investierten Kapitals kommen in erster Linie zwei Methoden in Frage,¹⁾ die "Interne Zinsfuß-Methode", sowie die

1) Vgl. Albach, Horst, Wirtschaftlichkeitsrechnung bei unsicheren Erwartungen, Beiträge zur betriebswirtschaftlichen Forschung, Bd. 7, Hrsg. Gutenberg, E., - Hasenack, W., - Hax, K., - Schäfer, E., Köln und Opladen 1959, S. 21.

Methode, die den "Kapitalwert der Reinerträge" als Entscheidungskriterium verwendet. Bei beiden Methoden werden die Einnahmen und Ausgaben,¹⁾ die dem Unternehmen in den einzelnen Perioden der Laufzeit des Darlehens- und Bierlieferungsvertrages erwachsen, auf den Zeitpunkt der Darlehenshingabe abgezinst. Als Einnahmen sind hierbei die aus der Bierabnahme und den Zins- und Tilgungsverpflichtungen des Darlehensnehmers fließenden Beträge zu berücksichtigen, während unter den Ausgaben die der Bierherstellung und -lieferung sowie der Darlehensgewährung zu erfassen sind.

Wird bei der Diskontierung nicht ein bestimmter Kalkulationszinsfuß verwendet, sondern fragt man, bei welchem Zinsfuß der Gegenwartswert der Einnahmen abzüglich der Ausgaben gleich Null ist, dann wird der so ermittelte Zinsfuß als "interner Zinsfuß der Investition" bezeichnet.²⁾ Liegt dieser interne Zinsfuß über dem Kalkulationszinsfuß der Unternehmung, dann ist die Investition zulässig. Bei mehreren zulässigen Investitionsalternativen ist dann diejenige vorzuziehen, die den höchsten internen Zinsfuß aufweist.

Die Kapitalwertmethode stützt sich hingegen auf die Ermittlung des Barwertes der jährlichen Einnahmen und Ausgaben, der durch Abzinsen mit einem bestimmten Kalkulationszinsfuß errechnet wird. Die Einnahmen werden also den Ausgaben gegenübergestellt. Ist die Differenz zwischen abgezinsten Einnahmen und Ausgaben Null oder größer als Null, dann ist eine Darlehensgewährung zulässig, weil dann die als befriedigend angesehene Verzinsung des Kapitals erreicht wird. Ist unter mehreren Darlehensforderungen eine Auswahl zu treffen und liegen deren Kapitalwerte alle über Null, kann aber aus Liquiditätspolitischen Erwägungen nur einer Darlehensanforderung entsprochen werden, so ist jener mit dem höchsten Kapitalwert der Vorzug zu geben. Der Kalkulationszinsfuß ist also bei der Bestimmung der Zulässigkeit und -Vorzugswürdigkeit von Darlehensforderungen ein entscheidender Faktor. Auf seine Ermittlung muß größte Sorgfalt verwandt werden, denn von der Festsetzung dieses Zinsfußes hängt es ab, ob die Investitionsentscheidung dem Ziel der Rentabilitätsmaximierung des Eigenkapitals gerecht wird oder nicht.

1) In der Investitionsrechnung wird im allgemeinen nicht mit Erträgen und Aufwendungen gearbeitet, sondern mit Einnahmen und Ausgaben. Der Gewinn wird deshalb als Differenz zwischen Einnahmen und Ausgaben definiert. Vgl. Albach, Horst, Wirtschaftlichkeitsrechnung, a.a.O., S. 22.

2) Vgl. Albach, Horst, Investition und Liquidität, a.a.O., S. 87.

Der Kalkulationszinsfuß ist aber nur dann ein taugliches Mittel zur Entscheidungsfindung, wenn unterstellt werden kann, daß die dem Unternehmen aus dieser Investition zufließenden Reinerträge wieder zum Kalkulationszinsfuß angelegt werden können. "Eine solche Annahme kann aber nur dann sinnvoll sein, wenn der Kalkulationszinsfuß als der interne Zinsfuß der Gesamtunternehmung definiert wird."¹⁾ Der Kalkulationszinsfuß kann nur aus der individuellen betrieblichen Situation gewonnen werden. Er kann entweder bestimmt werden als derjenige Zinssatz, den das Unternehmen in den letzten Jahren erzielt hat oder als der Zinsfuß, den das letzte nicht mehr zum Zuge kommende Investitionsvorhaben dem Unternehmen erbracht hätte.²⁾ Als Kalkulationszinsfuß ist also ein Zinssatz zu verwenden, welcher der langfristigen durchschnittlichen Rentabilität des Unternehmens in der Vergangenheit entspricht.

Es soll nun anhand eines Beispiels die Wirtschaftlichkeitsrechnung mit Hilfe der Kapitalwertmethode dargestellt werden:

Eine Brauerei hat die Möglichkeit, eine Absatzstätte zu beliefern, die sich verpflichtet, zehn Jahre lang jährlich mindestens 200 Hektoliter Bier und 50 Hektoliter alkoholfreie Getränke abzunehmen, wenn dem Gastwirt dafür ein Darlehen von 25.000, -- DM zur Verfügung gestellt wird. Dieses Darlehen ist vom Kunden mit 10, -- DM pro Hektoliter (Bier und alkoholfreie Getränke) zu tilgen und mit 5 % zu verzinsen. Die kreditgewährende Brauerei erhält die erforderlichen 25.000, -- DM aus einem langfristigen Bankkredit, den sie mit 8 % zu verzinsen hat und der während der Laufzeit der Investition (der Laufzeit des Darlehens- und Bierlieferungsvertrages) zu tilgen ist. Der Kalkulationszinsfuß sei 20 %.

Es sind nun die Einnahmen- und Ausgabenreihen aufzustellen, die sich über die gesamte Vertragsdauer erstrecken. Die Differenzen der Einnahmen und der Ausgaben in jeder Periode, die finanzwirtschaftlichen Überschüsse, sind auf den Investitionszeitpunkt abzuzinsen. Die Ausgaben für die Bierherstellung und den Vertrieb sind deshalb über Jahre hinaus vorzuschätzen, es muß also ein erheblicher Unsicherheitsfaktor in Kauf genommen werden. Noch schwieriger und unsicherer ist die Berechnung der Einnahmen, die der Brauerei zukünftig aus diesem Objekt zufließen. Dieses Unsicherheitsmoment bei der Ermittlung der Einnahmen wird aber gemindert, wenn wie in unserem Beispiel im Bierlieferungsvertrag

1) Albach, Horst, Wirtschaftlichkeitsrechnung, a.a.O., S. 35.

2) Vgl. ebenda, S. 38.

eine Mindestabnahmemenge vereinbart und von dieser bei der Ermittlung der zukünftigen Einnahmen ausgegangen wird.¹⁾

Legt man zugrunde, daß die finanzwirtschaftlichen Überschüsse zu Beginn einer jeden Nutzungsperiode anfallen, dann lautet die Formel für die Ermittlung des Kapitalwertes folgendermaßen:²⁾

$$c = -e_1 + g_1 + \frac{g_2}{q} + \frac{g_3}{q^2} + \dots + \frac{g_N}{q^{N-1}};$$

c = Kapitalwert

g = finanzwirtschaftlicher Überschuß oder Finanzbedarf
(laufende Einnahme abzüglich laufender Ausgabe) des
Investitionsprojekts in einer Periode.

N = Dauer des Darlehens- und Bierlieferungsvertrages

$\frac{1}{q}$ = Diskontierungsfaktor, wobei $q = 1 + \frac{p}{100}$; p = kalkulatorischer Zinsfuß

e_1 = Investitionsausgabe in der Periode 1

Diese Formel wird wesentlich einfacher, wenn man davon ausgeht, daß die Differenz zwischen laufender Einnahme und laufender Ausgabe, der finanzwirtschaftliche Überschuß, in jeder Periode gleich groß ist.

$$c = -e_1 + g \cdot \beta;$$

β ist dabei der Diskontierungsfaktor $(1 + \frac{1}{q} + \frac{1}{q^2} + \frac{1}{q^{N-1}})$, der bei einem bestimmten Kalkulationszinsfuß für verschiedene N , d.h. für verschieden lange Darlehens- und Bierlieferungsverträge im voraus ermittelt werden kann.

Dieser Formel wollen wir uns auch in unserem Beispiel bedienen. Das Arbeiten mit unterschiedlichen finanzwirtschaftlichen Überschüssen in den einzelnen Perioden ist, falls die Einnahmen und Ausgaben in diesen Zeiträumen nicht mit Sicherheit bestimmt werden können, sondern geschätzt werden müssen - wie das im allgemeinen der Fall ist - doch ungenau und arbeitsaufwendig. Die Rechenarbeit wird hingegen erleichtert, wenn die Ungewißheit durch einen entsprechend hohen Kalkulationszinsfuß berücksichtigt wird.

1) Näheres zur Ermittlung der Einnahmen und Ausgaben pro Periode, s. Seite 140 ff.

2) Vgl. Albach, Horst, Investition und Liquidität, a.a.O., S. 329 f (mathematischer Anhang).

Zunächst wollen wir uns nun mit der Investitionsausgabe -e in der Periode 1 befassen. Außer der Darlehenssumme (im Beispiel 25.000,- DM) sind hier sämtliche Ausgaben aufzuführen, die in dieser Periode vorgenommen wurden, um den Kunden zum Abschluß des Bierlieferungsvertrages zu bewegen, als da sind, verlorene Zuschüsse, Abschreibungsdarlehen und Leihinventar.

Es sind nun die Einnahmen zu ermitteln, die der Brauerei durch diese Investition pro Periode zufließen, um sie den Ausgaben gegenüberstellen zu können. Der entscheidendste Faktor in diesem Zusammenhang sind die Einnahmen, die der Brauerei aus dem Verkauf von Bier und alkoholfreien Getränken an den verpflichteten Kunden zufließen. Wir gehen dabei von dem erwarteten Umsatz mit dem Kunden aus. Als Orientierungshilfe kann eine eventuell vereinbarte Mindestabnahmeverpflichtung angesehen werden. In unserem Beispiel wird der erwartete Umsatz in Höhe des vereinbarten Mindestumsatzes angenommen.

Vom Bruttojahresumsatz des Kunden mit der Brauerei werden die gewährten Nachlässe, Rückvergütungen und Rabatte abgezogen, um den voraussichtlichen Nettoumsatz zu erhalten. Die unterschiedlichen Ertragsverhältnisse der einzelnen Biersorten, Gebindegrößen und Verpackungsarten sollen hier aber nur insoweit Berücksichtigung finden, als Flaschenbier, Faßbier und alkoholfreie Getränke gesondert erfaßt werden.

Die Tilgungsleistung des Kunden ist in der Regel mit dem Getränkebezug gekoppelt und daher von diesem abzuleiten. Anders ist dies mit den Zinszahlungen, die auf Grund des in jeder Periode abnehmenden Darlehenssaldos im Laufe der Vertragszeit immer geringer werden. Da den Zinseinnahmen aber die Zinszahlungen der Brauerei an die Bank gegenüberstehen und das zu verzinsende Kapital für Brauerei und Wirt in jeder Periode gleich groß ist, so können die Zinseinnahmen gegen die Zinsausgaben aufgerechnet werden. Die Zinsdifferenz von 3 % ist dann bei den Ausgaben zu berücksichtigen und zwar näherungsweise durch Verzinsung des hälftigen Kapitals mit dieser Zinsdifferenz.¹⁾

Handelt es sich bei dem Investitionsobjekt um eine Brauereipachtung, so kann es vorkommen, daß der von der Brauerei eingesetzte Unterpächter einen höheren Pachtzins an die Brauerei bezahlt, als diese an den Eigentümer des Grundstücks abführen muß. Diese Differenz,

1) Die Abzinsung der effektiven monetären Zinsdifferenzen pro Periode würde ein Rechnen mit unterschiedlichen finanzwirtschaftlichen Überschüssen voraussetzen, was wir oben abgelehnt haben, da es die Berechnung in einer Weise komplizieren würde, die besonders in diesem Zusammenhang zu dem angestrebten Erfolg in keinem Verhältnis stünde.

die von der Brauerei als Entgelt für Baukostenzuschüsse und ähnliche unentgeltliche Leistungen angesehen wird, ist als Einnahme in der Investitionsrechnung zu berücksichtigen. Setzt die Brauerei den Unterpachtzins niedriger an als den Pachtzins, den sie selbst bezahlen muß, so ist diese Differenz bei der Ermittlung der Ausgaben zu berücksichtigen.

Ermittlung der Einnahmen in einer Periode:

Bruttoerlöse: Faßbier	150 hl	à	DM 90,--	DM 13.500,--
Flaschenbier	50 hl	à	DM 100,--	DM 5.000,--
alkoholfreie Getränke	50 hl	à	DM 70,--	DM 3.500,--
				<u>DM 22.000,--</u>
Rabatte, Rückvergütungen etc.				<u>DM 2.200,--</u>
Nettoumsatz				DM 19.800,--
Darlehenstilgung DM 10,--/hl				<u>DM 2.500,--</u>
Einnahme pro Periode				<u>DM 22.300,--</u>
				=====

Es folgt nun die Ermittlung der jährlichen Ausgaben. Da in der Wirtschaftspraxis die relevanten Informationen nur aus der Kostenrechnung gewonnen werden können und den hier behandelten Kosten zwar wertgleich aber nicht zeitgleich Ausgaben entsprechen, wird im nachfolgenden zur Bestimmung der in die Investitionsrechnung eingehenden Ausgaben von den Kosten ausgegangen. Dieses Verfahren ist nicht unproblematisch. Stark ins Gewicht fallen hier einmal die "Kosten frei Rampe". Die anteiligen Kosten der Verwaltung, des allgemeinen Vertriebes sowie die Bier- und Umsatzsteuer gehören dazu. Der Verfasser schließt sich hier Gruber¹⁾ an, der diese Kosten nicht den kundenindividuellen Kosten zurechnet. Die allgemeinen Vertriebskosten resultieren zwar aus der Geschäftsverbindung mit der Kundschaft, sie lassen jedoch eine direkte Verbindung zu bestimmten Abnehmern vermissen. Es handelt sich in erster Linie um die Kosten der Vertriebsleitung, der allgemeinen Werbung, der Rechtsabteilung, der Kundenstatistik und auch der Darlehensverwaltung. (Letztere sind eindeutig dem Vertrieb und nicht der allgemeinen Verwaltung zuzurechnen.) Man kann auch die periodischen Ausgaben, die der Brauerei aus Freibierlieferungen erwachsen, den allgemeinen Vertriebskosten zurechnen, anstatt sie gesondert bei jedem Kunden zu erfassen, denn die Ausgaben für diese Leistungen werden im allgemeinen

1) Gruber, Erich, Über die Kosten und Erlöse in Brauereien, hrsg. VLB Berlin, Berlin 1966, S. 86.

dem Umsatz des Kunden angepaßt und können daher ohne weiteres gleichmäßig auf den Ausstoß verteilt werden. Eine Verrechnung über die allgemeinen Vertriebskosten erscheint daher zweckmäßiger als die umständliche Erfassung dieser Kostenarten für jeden Kunden, wie Gruber¹⁾ es vorschlägt.

Neben diesen Kosten des Bieres frei Rampe, einschließlich Verwaltungs- und allgemeiner Vertriebskosten, der Bier- und Umsatzsteuer, sind die kundenindividuellen Kosten zu berücksichtigen, also jene, die unmittelbar mit einer Geschäftsbeziehung in Verbindung gebracht werden können.²⁾ Eine entscheidende Rolle spielen hier die Transportkosten. Ihre Ermittlung ist relativ einfach, wenn eine Brauerei den Biertransport einem gewerblichen Fuhrunternehmer überträgt oder wenn der Kunde sein Bier gegen Vergütung in der Brauerei abholt. Sie wird aber schwierig, wenn die Brauerei den Transport mit ihrem eigenen Fuhrpark ausführt, was in Deutschland die Regel ist. In diesem Fall muß jedes Fahrzeug einzeln kalkuliert werden, um die Belieferung eines Kunden durch ein bestimmtes Fahrzeug kostenmäßig genau erfassen zu können. Nähere Ausführungen zu diesem Thema würden aber den Rahmen dieser Arbeit sprengen. Es wird auf die einschlägige Spezialliteratur verwiesen.³⁾

Als weitere kundenindividuelle Kosten sind die Kosten eingeschalteter Verteiler zu berücksichtigen. Darunter sind in erster Linie die Kosten zu verstehen, die anfallen, wenn der Kunde das Bier nicht direkt von der Brauerei, sondern von einer brauereieigenen Niederlage erhält. Nicht darunter fallen die mit dem Niederlagenbetrieb zusammenhängenden Transportkosten, soweit sie bereits vorher unter den Transportkosten erfaßt worden sind. Verlegerrabatte sind in diesem Zusammenhang keine Verteilerkosten; sie wurden bereits bei der Ermittlung des Nettoumsatzes berücksichtigt.

Die Ermittlung der jährlichen Ausgaben stellt sich also folgendermaßen dar:

Kosten frei Rampe (einschließlich Verwaltungs- und allgemeiner Vertriebskosten, Bier- und Umsatzsteuer)

150 hl Faßbier	a	DM 50,--	7.500,--	
50 hl Flaschenbier	a	DM 60,--	3.000,--	
50 hl alkoholfreie Getränke	a	DM 40,--	<u>2.000,--</u>	<u>DM 12.500,--</u>
				DM 12.500,--

1) Gruber, Erich, Kosten und Erlöse, a.a.O., S. 92 f.

2) Ebenda, S. 86.

3) Ausführlich mit diesem Thema beschäftigt sich: Precht, Georg Martin, Selbstkostenberechnung für den Güterverkehr mit Kraftfahrzeugen, 4. Aufl., Nürnberg 1963.

				DM 12.500,--
Transportkosten				
150 hl Faßbier	à	DM 3,--	450,--	
50 hl Flaschenbier	à	DM 5,--	250,--	
50 hl alkoholfreie Getränke	à	DM 5,--	<u>250,--</u>	DM 950,--
Kosten eingeschalteter Verteiler				
für 250 hl Getränke	à	DM 9,--		DM 2.250,--
Verzinsung des hälftigen Kapitals				
(DM 12.500,--) mit 3 %				<u>DM 375,--</u>
Kosten pro Periode				<u>DM 16.075,--</u>

Der finanzwirtschaftliche Überschuß pro Periode beträgt also:

Einnahmen	DM 22.300,--
Ausgaben	<u>DM 16.075,--</u>
Überschuß	<u>DM 6.225,--</u>

Dieser finanzwirtschaftliche Überschuß wird nun mit Hilfe des Diskontierungsfaktors β , der bei einer zehnjährigen Vertragsdauer und einem Kalkulationszinsfuß von 20 % den Wert 5,0212 annimmt, abgezinst. Nach Subtraktion der Investitionsausgabe vom Barwert der finanzwirtschaftlichen Überschüsse erhält man den Kapitalwert der Investition.

$$c = -e_1 + g \cdot \beta ;$$

$$c = -25\,000 + 6\,250 \cdot 5,0212 = 6\,382,50$$

Da der Kapitalwert der Investition größer als Null ist, kann die Darlehensvergabe befürwortet werden.¹⁾ Man muß aber berücksichtigen, daß neben diesen reinen Rentabilitäts-erwägungen bei der Vergabe von Kundendarlehen viele andere Gesichtspunkte eine Rolle spielen können, wie z.B. werbepolitische Gründe, die angebotenen Sicherheiten für das

1) Bei konkurrierenden Darlehensanforderungen mit divergierenden Laufzeiten der Darlehen oder (und) unterschiedlichen Darlehensbeträgen müssen die Kapitalwerte der Supplements-investitionen bestimmt werden, damit eine rentabilitätsmaximale Entscheidung getroffen werden kann.

Darlehen, die Person des Darlehensnehmers und viele andere mehr, wie sie schon im Verlauf dieser Arbeit erörtert wurden. Außerdem muß die Investition finanziert werden, d.h. die erforderlichen Kapitalbeträge müssen beschafft werden, ohne die Liquidität des Unternehmens zu gefährden.

E) Statistik der Kundendarlehen

I. Praktische Untersuchungen bei zwei Brauereien

Im Jahre 1965 hat der Verfasser in zwei norddeutschen Großbrauereien anhand der Darlehenskonten und sonstiger relevanter Unterlagen Untersuchungen über die Darlehensgewährung anstellen können. Die beiden Unternehmen haben zusammen einen Ausstoß von ca. 500 000 Hektolitern im Jahr und weisen keine aus dem üblichen Rahmen fallenden Vertriebsmethoden auf. Es werden ungefähr 38 % des Gesamtausstoßes über Verleger verkauft.

Der Anteil der Darlehensforderungen an der Bilanzsumme liegt mit 19 % im Vergleich zum Bundes- und Landesdurchschnitt etwas hoch, dadurch sind diese Unternehmen aber m. E. prädestiniert für eine derartige Untersuchung. Dieser hohe Anteil der Darlehensforderungen an der Bilanzsumme ist in erster Linie darauf zurückzuführen, daß diese Brauereien bei der Gewinnung von Bierbezugsverpflichtungen fast vollständig auf die Zurverfügungstellung von Leihinventar, verlorener Zuschüsse und ähnlicher unentgeltlicher Leistungen verzichten. Die Bindung von Absatzstätten über Bierlieferungsverträge wird fast ausschließlich durch die Gewährung von Darlehen erreicht. Die Darlehensforderungen schwellen daher entsprechend an.

In die Untersuchung wurden 50 % der ca. 1000 Darlehenskonten der beiden Brauereien einbezogen. Sie wurden in Darlehensnehmer-Kategorien eingeteilt.

Die bedeutendste Gruppe sind die "Darlehen in Verbindung mit einer Gaststätte". Unter dieser Kategorie wurden erfaßt:

1. Darlehen an Personen, denen eine Gaststätte gehört und die dieses Lokal auch selbst bewirtschaften - "Eigentümergehen"
2. Darlehen an Gaststättenpächter - "Pächterdarlehen"
3. Darlehen an Eigentümer von Gaststättengrundstücken, die das Lokal nicht selbst bewirtschaften - "Verpächterdarlehen".

Alle anderen Kundengruppen sind, was die Inanspruchnahme von Darlehen anbelangt, von untergeordneter Bedeutung. Die Lebensmitteleinzelhändler, die Vereine und die Verleger wurden in einem Teil der Tabellen noch besonders aufgeführt, die übrigen Darlehensnehmer aber sind im Gesamtergebnis ("Gesamt") berücksichtigt. Die Zeile "Gesamt" enthält also alle untersuchten Darlehen, sie ist nicht nur die Zusammenfassung der in einer Tabelle aufgeführten Einzelwerte. Die Verlegerdarlehen mußten wegen ihrer aus dem übrigen Rahmen herausstechenden Konditionen, der hohen Darlehensbeträge und der großen Umsätze bei einigen Aufstellungen aus dem Gesamtergebnis ausgeklammert werden, um eine Verzerrung des Gesamtbildes zu vermeiden. Es wurde in diesen Fällen die Spalte "Gesamt" durch eine Spalte "Gesamt ohne Verleger" ersetzt bzw. ergänzt.

Tabelle 9

Durchschnittliche Höhe und grundpfandrechtliche Sicherung der Darlehen

(Text S. 148)

	Ø Höhe der ausgezahlt- ten Darle- hensbeträge	Ø Höhe der grundpfand- rechtlich gesicherten Darlehen	Ø Höhe der nicht grund- pfandrecht- lich gesi- cherten Dar- lehen	wertmäßiger Anteil der grundpfand- rechtlich gesicherten Darlehen %
	DM	DM	DM	
Darlehen in Ver- bindung mit einer Gaststätte	7.156, --	11.616, --	6.609, --	20
Lebensmittel- Einzelhandel	1.900, --	4.333, --	1.750, --	13
Vereine	--	--	3.748, --	--
Verleger	--	--	13.114, --	--
Gesamt	6.426, --	13.024, --	5.152, --	20

Tabelle 10

Die Altersgliederung der Darlehensforderungen (Text S. 148)

	Nicht durch Grundpfand- rechte gesi- cherte Darle- hen %	Grundpfand- rechtlich ge- sicherte Dar- lehen %	Darlehen gesamt %
Darlehen, die vor mehr als 4 Jahren ausbezahlt wurden	13	36	19
Darlehen, deren Auszahlungstermin 3 - 4 Jahre zurück- liegt	10	25	14
Darlehen, deren Auszahlungszeit- punkt 2 - 3 Jahre zurückliegt	14	12	13
Darlehen, deren Auszahlungszeit- punkt 1 - 2 Jahre zurückliegt	29	15	25
Darlehen, deren Auszahlung im lau- fenden Geschäfts- jahr erfolgte	34	12	29
Summe	100	100	100

Wie aus Tabelle 9 zu ersehen ist, werden die Darlehens- und Bierlieferungsverträge der untersuchten Brauereien im Durchschnitt mit einer Darlehenssumme von 6.426,-- DM abgeschlossen. Die Lebensmitteleinzelhändler erhalten viel kleinere Darlehensbeträge als die Wirte, da sie im allgemeinen auch viel weniger Bier umsetzen als diese. Ob die Einzelhändler im Verhältnis zu ihrem Umsatz doch noch einen zu hohen Betrag erhalten, soll im Anschluß an Tabelle 12 untersucht werden.

Da bei den Verlegern der Anteil der grundpfandrechtlich gesicherten Darlehen sehr klein ist und deswegen in dieser Zeile das repräsentative Durchschnittsergebnis gefährdet worden wäre, wurden nur die nicht grundpfandrechtlich gesicherten Darlehen der Verleger aufgeführt. Gleiches gilt für die Vereine.

20 % der untersuchten Darlehen waren grundpfandrechtlich gesichert. Dieser Wert mutet auf den ersten Blick etwas niedrig an, besonders wenn man ihn mit den bilanziellen Durchschnittswerten der deutschen Brauereien vergleicht, die zwischen 35 und 40 % liegen.¹⁾ Aber auch die Vergleichsbrauereien weisen in ihren Bilanzen einen Anteil der grundpfandrechtlich gesicherten Forderungen an den gesamten Darlehensforderungen von ca. 40 % auf. Diese Differenz ist einmal darin zu suchen, daß es sich bei den Werten der Tabelle 9 um Auszahlungsbeträge handelt, die mit Bilanzzahlen verglichen werden. Viele der in Tabelle 9 erfaßten ungesicherten Darlehen lauten über kleine Summen, die manchmal bereits im Jahr der Darlehenshingabe wieder zurückbezahlt werden und deshalb nicht in der Bilanz erscheinen. Außerdem fließen die grundpfandrechtlich gesicherten Darlehen langsamer zurück als die nur durch Mobilien gesicherten (vgl. Tabelle 10). Dies ist zwar in erster Linie ihrer größeren Höhe zuzuschreiben, aber auch der Tatsache, daß eine Brauerei, die einem Kunden z.B. ein hypothekarisch gesichertes Darlehen und ein Mobiliardarlehen zur Verfügung gestellt hat, die Tilgungsleistungen des Kunden im allgemeinen zuerst auf das Mobiliardarlehen anrechnet, während das hypothekarisch gesicherte Darlehen einstweilen in voller Höhe weitervaluiert.

Ein anderer Grund für das Auseinanderklaffen des Anteils der Immobiliardarlehen an der gesamten Darlehenssumme in der Bilanz und in der Tabelle 9, ist bei dem im Vergleich zu

1) Vgl. Wirtschaftliche Abteilung der VLB Berlin, Die hektoliterbezogene Brauereibilanz 1963/64, in: Tageszeitung für Brauerei 1965, S. 782 ff.

den Immobiliendarlehen größeren Wertberichtigungen der Mobiliardarlehen zu suchen. Darlehen, die lediglich durch Gaststätteninventar gesichert sind, das im Falle der Zahlungseinstellung des Kunden oft nur schlecht verwertbar ist, sind mit einem höheren Risiko behaftet als durch Immobilien gesicherte Darlehen. Durch die aus diesen Gesichtspunkten erfolgende stärkere bilanzielle Abschreibung der lediglich durch Mobilien gesicherten Darlehensforderungen erhalten die dinglich gesicherten Darlehen in der Bilanz ein größeres Gewicht als der effektiven Forderungshöhe entspricht. Die auf Grund des Aktiengesetzes von 1937 bisher möglich gewesenen willkürlichen Abschläge auf die Darlehensforderungen konnten dann den Bilanzausweis der nicht grundpfandrechtlich gesicherten Darlehen noch weiter vermindern, wenn sie bei den dinglich gesicherten Forderungen nicht im gleichen Ausmaß vorgenommen wurden.

Die durchschnittliche Höhe der durch Grundpfandrechte gesicherten Darlehen liegt mit 13.024, -- DM über den beiden in dieser Spalte angegebenen Werten mit 11.615, -- DM für die Darlehen in Verbindung mit einer Gaststätte und 4.333, -- DM für Darlehen an den Lebensmitteleinzelhandel. Daß der gesamte Durchschnittsbetrag höher ist als die Durchschnittswerte der beiden in dieser Spalte aufgeführten Darlehensnehmergruppen ist, wie bereits erwähnt, darauf zurückzuführen, daß das Gesamtergebnis alle erfaßten grundpfandrechtlich gesicherten Darlehen enthält und nicht nur eine Zusammenfassung der in dieser Tabelle aufgeführten Ergebnisse ist. Wenige, aber meist hohe grundpfandrechtlich gesicherte Darlehen der nicht in der Tabelle 9 erscheinenden Kundengruppen haben zu dieser Erhöhung geführt. Eine weitere Aufspaltung, wie auch die Zusammenfassung der verbleibenden Kunden zu einer Gruppe, hätte aber auf Grund der relativ wenigen Fälle nicht zu einem repräsentativen Ergebnis geführt.

Die durchschnittliche Höhe der durch Hypotheken und Grundschulden gesicherten Darlehen liegt bei allen Kundengruppen erheblich über der Höhe der ungesicherten Darlehen. Daraus geht hervor, daß die großen Darlehen im allgemeinen immer durch Grundpfandrechte gesichert werden konnten.

Tabelle 11

Durchschnittliche Zinssätze und Anteil der zinslosen Darlehen (Text S. 151)

	Durchschnitts- Zinssatz	wertmäßi- ger Anteil der zins- losen Dar- lehen	zahlen- mäßiger Anteil d. zinslosen Darlehen	Ø Zinssatz der verzins- lichen Darlehen	Ø Zinssatz der grund- pfandrecht- lich ge- sicherten Darlehen	Ø Zinssatz der nicht grund- pfandrecht- lich gesi- cherten Darlehen
	%	%	%	%	%	%
Darlehen in Verbin- dung mit einer Gaststätte	5,3	3,6	8,5	5,8	5,6	5,2
Lebensmit- tel-Einzel- handel	5,3	3,1	11,0	6,0	5,7	5,3
Vereine	2,7	42,0	47,0	4,7	-	2,7
Verleger	1,4	45,0	70,0	4,7	-	1,0
Sonstige	3,6	10,4	35,0	5,5	6,0	2,8
Gesamt	4,8	7,9	15,0	5,5	5,7	4,8

Die Verzinsung der Darlehen liegt im Durchschnitt bei 4,8 %. Der bei den Gaststätten-darlehen sehr günstige Durchschnittszinsfuß von 5,3 % wird bei der Zusammenfassung aller Darlehensnehmer durch die unterdurchschnittliche Verzinsung der Verleger- und der Vereinsdarlehen stark gedrückt. Diese beiden Gruppen weisen wegen des hohen Anteils der zinslos gewährten Darlehen einen sehr niedrigen Durchschnittswert auf. Es werden im allgemeinen aber nur verhältnismäßig kleine Darlehensbeträge zinslos gewährt, wie man an dem Auseinanderklaffen des wertmäßigen und zahlenmäßigen Anteils der zinslos gewährten Darlehen erkennen kann.

Der Durchschnittszinsfuß der durch Grundpfandrechte gesicherten Darlehen liegt bedeutend höher als bei den nur durch Mobilien gesicherten Darlehen. Darlehen, die durch Grundschulden oder Hypotheken gesichert sind, werden im allgemeinen nicht zinslos und nur selten mit ermäßigtem Zinsfuß gewährt. Unter einem ermäßigten Zinsfuß versteht der Verfasser einen Satz, der nicht mindestens zwei Prozent über dem Diskontsatz liegt.

Bei süddeutschen Brauereien sind die Zinseinnahmen viel schlechter als es bei den Brauereien in Nord- und Westdeutschland der Fall ist. In Bayern werden nach Auskünften leitender Herren der Brauindustrie nur ca. 50 % der Darlehen überhaupt verzinst; der Zinssatz liegt in der Regel nur in Höhe des Diskontsatzes (zur Zeit der Untersuchung lag der Diskontsatz bei 4 %). Die Verzinsung der grundpfandrechtlich gesicherten Kundendarlehen der süddeutschen Brauereien wird in vielen Fällen folgendermaßen gehandhabt:

Im Darlehens- und Bierlieferungsvertrag wird ein verhältnismäßig hoher Zinssatz vereinbart (3 - 4 % über dem Diskontsatz). Diesen offiziellen Zinssatz muß der Darlehensnehmer aber nur bei Nichterfüllung seiner vertraglichen Verpflichtungen gegenüber der Brauerei bezahlen. Gibt die Zahlungsweise und die Vertragstreue des Kunden zu keinen Klagen Anlaß, dann muß er lediglich die intern vereinbarten Zinsen bezahlen, die ungefähr in Höhe des Diskontsatzes liegen. Oft sind sie sogar ganz erlassen worden.

Tabelle 12

Darlehensforderungen pro Hektoliter Umsatz des Darlehensnehmers in
Verpflichtungszeit (Text S. 153)

	Ø noch an- dauernde Verpflich- tung in Jahren	Ø Umsatz pro Jahr	Ø Konto- stand am Stichtag DM	DM/Jahr	DM/hl
Darlehen in Verbindung mit einer Gaststätte	7,0	189 hl	6.075,--	837,--	3,85
Lebensmittel- Einzelhandel	3,8	54 hl	1.057,--	278,--	4,80
Vereine	7,7	145 hl	3.980,--	511,--	3,56
Gesamt ohne Verleger	--	168 hl	--	--	4,25
Gesamt	6,3	--	5.493,--	868,--	--

Tabelle 12 gibt Aufschluß über die durchschnittlich noch andauernde Verpflichtung eines durch Darlehens- und Bierlieferungsvertrag gebundenen Kunden, seinen Umsatz, die durchschnittliche Höhe seines Darlehenskontos und den Darlehensbetrag, der aufgewendet werden muß, um ihn ein Jahr zum ausschließlichen Bierbezug zu verpflichten. Dies sind aber alles nur Zwischenergebnisse. Der eigentliche Zweck dieser Untersuchung war es, eine Beziehung zwischen der Höhe der noch offenen Darlehensforderung und der Biermenge in Hektolitern zu finden, deren Absatz durch diese Forderung gesichert werden konnte. Die Ergebnisse dieser Berechnung wurden in der letzten Spalte der Tabelle 12 (DM/hl) aufgeführt.

Die Darlehensforderungen wurden nicht dem durch den Bierlieferungsvertrag gewonnenen Jahresumsatz der einzelnen Kunden gegenübergestellt, sondern der gesamten in der Restlaufzeit des Vertrages noch zu erwartenden Bierabnahme. Diese Absatzmenge wurde gesondert bei jeder Absatzstätte ermittelt, die in die Untersuchung einbezogen worden war. Dies war notwendig, um den Darlehensbetrag zu finden, der aufgewendet werden mußte, um den Absatz von einem hektoliter Bier zu sichern.

Es handelt sich hier also nicht um die allgemein üblichen Darlehenswerte pro Hektoliter, die ermittelt werden, indem die Darlehensforderungen auf den gesamten Bierausstoß bezogen werden. Hier werden die Darlehensforderungen dem Teil des Ausstoßes gegenübergestellt, der durch sie gesichert worden ist. Es wird also im Gegensatz zu der pauschalen Methode der Teil des Gesamtausstoßes, der ohne die durch Darlehensgewährung gewonnenen Bierbezugsverpflichtungen abgesetzt wird, in die Berechnung nicht mit einbezogen.

Für einen einzelnen Kunden sieht die Berechnung beispielsweise folgendermaßen aus:

Stand des Darlehenskontos:	DM 5.000,--
noch andauernde Verpflichtung:	5 Jahre
Umsatz pro Jahr:	200 Hektoliter ¹⁾

$$\frac{5000}{5 \cdot 200} = 5,-- \text{ DM/hl}$$

Um einen Durchschnittswert für die einzelnen Kundengruppen und um einen Gesamtdurchschnitt zu erhalten, addiert man die Salden der Darlehenskontoen und dividiert das Ergebnis durch die Summe der Produkte aus Umsatz und noch andauernder Verpflichtung. Die

1) Liegt eine mengenmäßige Bezugsverpflichtung vor, so wird die Rechnung einfacher. Man kann den Kontostand gleich durch die noch zu beziehenden Hektoliter dividieren.

Absatzstätte, deren Umsatz noch nicht bekannt ist bzw. bei der kein rationaler Anhaltspunkt für eine Schätzung der Umsatzentwicklung zu erkennen ist, wird nicht berücksichtigt.

Die "DM/hl-Werte", die sich aus der Gegenüberstellung der Darlehenssumme und des gesamten Bierausstoßes einer Brauerei ergeben, sagen nichts aus über die Darlehensbeträge, die aufgewendet werden müssen, um den Absatz eines Hektoliters Bier zu sichern bzw. zu gewinnen. Sie können der Darlehenspolitik einer Brauerei nur sehr beschränkt als Hilfsmittel dienen. Wird die Darlehenssumme jedoch mit dem durch sie gebundenen Umsatz in Verbindung gebracht, dann kann schnell festgestellt werden, ob in der letzten Zeit größere Darlehensbeträge zur Sicherung eines Hektoliters aufgewendet werden mußten als früher. Aus einem derartigen Ergebnis können dann u.U. neue Erkenntnisse für die Absatzpolitik, wie z.B. eine Einschränkung der Darlehensgewährung, folgen. Mit Hilfe dieser auf den gebundenen Umsatz bezogenen Darlehensforderungen hat man eine gute Möglichkeit für einen zeitlichen und auch zwischenbetrieblichen Vergleich der Darlehenspolitik in der Hand. Mit auf den gesamten Ausstoß bezogenen Darlehensforderungen sind derartige Vergleiche nur in Ausnahmefällen möglich, da die nicht durch Darlehens- und Bierlieferungsvertrag gebundenen Umsatzanteile die Ergebnisse zu stark verfälschen. Jede Änderung dieses Umsatzanteils wirkt sich auf das Ergebnis aus, auch wenn die Darlehensforderungen unverändert geblieben sind.

Bei den Darlehensforderungen bezogen auf den gebundenen Absatz kann z.B. wie in unserer Tabelle 12 festgestellt werden, daß der Lebensmitteleinzelhandel im Verhältnis zu seiner Bierabnahme zu große Darlehen erhält. Bei dieser Kundengruppe waren 4,80 DM notwendig, um einen Hektoliter Umsatz zu sichern. Die kleinen Darlehen, die die Lebensmitteleinzelhändler erhalten, sind im Verhältnis zum Umsatz dieser Kundengruppe immer noch zu hoch.

Die logische Konsequenz, die für die Darlehenspolitik der untersuchten Unternehmen aus diesem Ergebnis zu ziehen ist, liegt auf der Hand. Die Darlehensgewährung an den Lebensmitteleinzelhandel ist einzuschränken und die dadurch freiwerdenden Mittel sind z.B. zum Abschluß von Darlehens- und Bierlieferungsverträgen mit Vereinen zu verwenden. Bei dieser Abnehmergruppe haben die Vergleichsbrauereien nur 3,56 DM an Darlehen aufgewendet, um den Absatz von einem Hektoliter Bier durch Bierlieferungsvertrag zu sichern.

Diese Erkenntnis kann aber nur die große Linie der Darlehenspolitik angeben. Im Einzelfall

müssen die Verhältnisse jeweils gesondert geprüft werden.

Das ungünstige Ergebnis des Einzelhandels in Tabelle 12 wird etwas verbessert, wenn man berücksichtigt, daß diese Kunden nur Flaschenbier abnehmen. Flaschenbier ist teurer als Faßbier, das einen großen Teil des Umsatzes in den relativ günstig abschneidenden Gaststätten ausmacht. Es bringt den Brauereien also einen höheren Erlös. Setzt man voraus, daß die Gewinnspanne beim Flaschenbier mindestens genauso hoch ist wie beim Faßbier, dann ist der Verkauf von Flaschenbier für die Brauerei auch bei gleichgroßen Gewinn pro Hektoliter immer noch günstiger, da es durch seinen höheren Erlös einen größeren Beitrag zur Deckung der fixen Kosten leistet als das Faßbier. Es ist also für den Absatz von Flaschenbier und damit bei den Lebensmittelgeschäften ein etwas größerer Darlehensbetrag pro Hektoliter zu verantworten als bei dem Faßbierabsatz.

Tabelle 13

Aufgliederung der Darlehen nach der Höhe des Auszahlungsbetrages (Text S. 157)

	Darlehen bis DM 1000,-	Darlehen von DM 1001,- bis 5000,-	Darlehen von DM 5001,- bis 10000,-	Darlehen über DM 10000,-	
Darlehen in Ver- bindung mit einer Gaststätte	1 %	20 %	26 %	53 %	100 %
Lebensmittel- Einzelhandel	8 %	92 %	--	--	100 %
Vereine	4,4 %	33,6 %	62 %	--	100 %
Anteil an der ge- samten Darlehens- summe	1 %	23 %	26 %	50 %	100 %
Ø Höhe	681,-	2.955,-	7.900,-	19.423,-	
Ø Umsatz der Dar- lehens- nehmer	64 hl	145 hl	150 hl	241 hl	
Ø Verpflich- tungsdauer in Jahren	2,1	4,0	7,7	10,4	
DM/Jahr	323,-	733,-	1.023,-	1.851,-	
DM/hl	8,65	5,95	8,60	8,50	

Die Hälfte der untersuchten Darlehensforderungen wurde in Einzelbeträgen von über 10.000, -- DM ausgezahlt. Der Schwerpunkt der Darlehensgewährung liegt also bei den großen Auszahlungsbeträgen. Trotzdem war die Unterteilung dieser obersten Gruppe z.B. durch Bildung einer Gruppe "Darlehen über 20.000, -- DM" nicht möglich, da diese Großdarlehen nicht so zahlreich sind, um eine ausreichende Gruppenrepräsentanz zu gewährleisten.

An den Einzelhandel wurden nur Darlehen bis 5.000, -- DM gegeben. Die Vereinsdarlehen überschritten die 10.000, -- DM-Grenze in keinem Fall. Es gibt also doch sehr absolute Grenzen bezüglich der Darlehensgewährung an die einzelnen Kundengruppen.

Wie zu erwarten war, nimmt der Umsatz mit steigender Darlehenshöhe zu und dies, obwohl manchmal auch große Kunden kleine Darlehen erhalten. Da aber schlechte Kunden im allgemeinen keine großen Darlehen zur Verfügung gestellt bekommen, so können die kleinen Darlehen der großen Kunden die Aussagekraft der Statistik nicht gefährden.

Zu erwarten war ebenfalls, daß die durch die Darlehensvergabe erreichte Verpflichtung mit steigender Darlehenshöhe zunimmt. Nicht vorauszusehen war allerdings, daß der "DM/hl-Wert" in der Gruppe 1001, -- DM bis 5000, -- DM mit 5,95 DM/hl am günstigsten liegen würde.

Diese "DM/hl-Werte" sind im Prinzip auf die gleiche Weise hergeleitet worden wie die Werte in Tabelle 12. Hier wurden lediglich statt der Darlehenssalden die Auszahlungsbeträge genommen, denn der Zweck der Untersuchung ist es, die Unterschiede der Darlehen herauszustellen, die auf die verschiedenen Darlehenshöhen zurückzuführen sind. Es werden also jeweils die durch die Höhe ihres Auszahlungsbetrages gekennzeichneten Darlehen mit diesem Auszahlungsbetrag erfaßt, addiert und dann durch die Summe des bei den einzelnen Kunden durch diese Darlehen gesicherten Absatzes dividiert. Konnte für einen Darlehensnehmer kein verbindlicher Umsatz festgestellt werden, so wurde dieser Fall nicht berücksichtigt. Daß die Ergebnisse hier wesentlich höher liegen als in Tabelle 12 ist ein Zeichen dafür, daß die Darlehen im allgemeinen schneller getilgt werden als der damit verbundenen Bierbezugsverpflichtung entsprechen würde.

Warum liegt der "DM/hl-Wert" in der Gruppe 1001, -- bis 5000, -- DM so viel niedriger als die Werte der anderen Gruppen, die ungefähr in gleicher Höhe liegen? Warum gewinnen

die Vergleichsbrauereien mit Darlehen dieser Größenklasse den relativ größten Umsatz-zuwachs?

Ein Grund hierfür liegt darin, daß in dieser Gruppe umsatzstarke Kunden sind, die diesen verhältnismäßig kleinen Darlehensbetrag als Zweit- oder Drittdarlehen erhalten haben. Die Brauerei erhält dafür eine zwar zeitlich kurze, aber durch den guten Umsatz des Kunden doch recht wertvolle Verpflichtung. In dieser Gruppe ist das Verhältnis Darlehensbetrag zu Verpflichtungsdauer aus irgendeinem, vielleicht psychologischen Grund für die Brauerei am günstigsten.

Ein anderer Grund für das gute Abschneiden dieser Größenklasse ist darin zu suchen, daß die Darlehensnehmer, die nur eine verhältnismäßig geringe finanzielle Hilfe der Brauerei benötigen, im allgemeinen tüchtiger sind und mehr Interesse an ihrem Geschäft haben, als dies bei Leuten der Fall ist, die sich ganz auf die Hilfe der Brauerei verlassen. Wirte, die noch einen gewissen Prozentsatz der in ihrer Gaststätte investierten Mittel selbst aufgebracht haben, sind meist ehrgeiziger als Wirte, die fast ohne eigenes Risiko eine Gaststätte bewirtschaften. Außerdem dämpft zu große Abhängigkeit von der Brauerei die Eigeninitiative des Gastwirts, da er sein Ziel, die finanzielle Unabhängigkeit, in unerreichbare Ferne gerückt sieht. Ursache und Wirkung ist in diesen Fällen aber nicht immer klar zu trennen. Viele Gaststättenpächter verfügen nun einmal nur deswegen über eigene Mittel, weil sie tüchtig sind.

II. Aus veröffentlichten Bilanzen abgeleitetes Zahlenmaterial

Als Grundlage für die folgenden Statistiken zog der Verfasser in erster Linie die Bilanzanalysen des Deutschen Brauer-Bundes und die hektoliterbezogene Brauereibilanz der Versuchs- und Lehranstalt für Brauerei (VLB) Berlin heran. Bei den Bilanzanalysen des Deutschen Brauer-Bundes handelt es sich um unveröffentlichtes Material, das nur den an der Untersuchung teilnehmenden Brauereien zur Verfügung gestellt wird.

Die Darlehensforderungen, bezogen auf den Hektoliter Ausstoß, sind in den Bilanzanalysen des Brauer-Bundes bedeutend höher als die Werte, die in der hektoliterbezogenen Brauereibilanz errechnet werden. Dies ist nicht darauf zurückzuführen, daß die Bilanzanalysen von langfristigen Forderungen sprechen und die hektoliterbezogene Brauereibilanz von Grundschulden, Hypotheken und Darlehen, denn unter dieser Position

werden in den Bilanzen der verschiedenen Brauereien, unabhängig von der Bezeichnung des Kontos, fast ausschließlich die Kundendarlehen ausgewiesen. Es können darunter zwar manchmal auch langfristige Forderungen aktiviert werden, die mit dem Bierabsatz in keiner direkten Verbindung stehen¹⁾, diese Beträge sind aber unbedeutend und beeinflussen den Vergleich auch nicht, da sie in beiden Statistiken ausgewiesen werden. Die Differenz zwischen der hektoliterbezogenen Brauerei-Bilanz und den Bilanzanalysen des Deutschen Brauer-Bundes ist auf das unterschiedliche Ausgangsmaterial dieser Untersuchungen zurückzuführen. Die hektoliterbezogene Brauerei-Bilanz der wirtschaftlichen Abteilung der VLB Berlin bezieht ihr Zahlenmaterial aus den Geschäftsberichten, d.h. den veröffentlichten Brauerei-Bilanzen, der Deutsche Brauer-Bund dagegen erhält sein Untersuchungsmaterial durch direkte Mitteilungen der an dieser Bilanzanalyse teilnehmenden Brauereien. Der Deutsche Brauer-Bund hat also die Möglichkeit, von der effektiven Höhe der Ausleihungen auszugehen, d.h. die zur Regulierung des Gewinns vorgenommenen Wertabschläge, wie sie bisher in der Handelsbilanz allgemein üblich waren, beeinflussen sein Ergebnis nicht. Die Werte des Brauer-Bundes liegen aus diesem Grund um ca. 2,-- DM höher als die der hektoliterbezogenen Brauerei-Bilanz.

1) Vgl. Kinnebrock, Franz, Der Kapitaleinsatz zur Absatzsicherung im Braugewerbe, a.a.O., S. 1493.

Tabelle 14

Darlehensforderungen und Bier-Debitoren in Beziehung zur Bilanzsumme, zum Ausstoß und den Umsatzerlösen (Text S. 161)

Jahr	Darlehens- Forderungen in % der Bilanz- summe	Bier-De- bitoren in % der Bilanzsum- me	Darlehens- Forderungen in DM/hl	Bier-De- bitoren in DM/hl	Darlehens- Forderungen in % der Um- satzerlöse
1937 ¹⁾	22,6	6,2	16,60		
1948	1,2	0,2	--		
1949	5,4	7,4	5,80		
1950	9,9	6,5	9,00		
1951	12,3	10,3	9,50		
1952	12,3	9,2	9,70		
1953 ²⁾	13,1	9,9	8,25	6,25	
1954	13,3	9,4	8,50	6,50	
1955	12,5	9,3	8,37	6,22	
1956	13,0	9,1	8,32	5,84	
1957	12,4	8,4	7,67	5,16	
1958	12,3	8,6	7,36	5,17	
1959	11,4	8,4	6,86	5,06	
1960	11,1	8,0	7,12	5,21	
1961	10,8	8,2	7,23	5,46	9,0
1962	10,6	7,8	6,98	5,18	8,0
1963	10,5	8,2	6,72	5,31	8,0
1964	9,7	8,3	6,21	5,29	7,0

1) Die Werte für die Jahre 1937 bis 1952 wurden entnommen: Kuhn, Dieter, Eigenkapital und Fremdkapital in der deutschen Brauindustrie von der RM-Schlußbilanz bis 1955, Diss. Marburg 1959, S. 64; ähnliche Werte ermittelte auch Strigl, Hans, Die Auswirkungen der Währungsumstellung im Braugewerbe. Untersuchungen an Hand der veröffentlichten Bilanzen der Brauereiateilgesellschaften, Diss. München 1959, S. 70.

2) Ab 1953 wurden die Werte der jeweiligen "Hektoliterbezogenen Brauereibilanz", hrsg. von der wirtschaftlichen Abteilung der VLB Berlin, entnommen.

Im Jahre 1936/37 waren die Darlehensforderungen noch mit 22,6 % an der Bilanzsumme der von Kuhn untersuchten Brauereien beteiligt; 1964 waren es nur noch 9,6 %. Auch auf den Bierausstoß bezogen sind die Darlehensforderungen in diesem Zeitraum von 16,60 RM/hl auf 6,21 DM/hl zurückgegangen. Berücksichtigt man noch den Bierpreis, der im Jahre 1936 bei ca. 34,-- RM/hl¹⁾ und 1964 ungefähr bei 75,-- DM/hl lag, dann wird die Diskrepanz noch stärker. 1964 betrugen die Darlehensforderungen pro Hektoliter knapp ein Zehntel des Bierpreises und 1936 dagegen noch gut die Hälfte. Worauf ist dieser Wandel zurückzuführen?

Das Flaschenbier spielte vor dem zweiten Weltkrieg im Verhältnis zum Faßbier noch eine untergeordnete Rolle. Bier wurde fast ausschließlich über den kapitalintensiven Absatzweg "Wirt" abgesetzt. Heute verläßt zwei Drittel des bundesdeutschen Bierausstosses die Brauereien als Flaschenbiß.²⁾ Da das Flaschenbier größtenteils ohne Kundendarlehen abgesetzt werden kann, ist das Verhältnis von Darlehenssumme zu Gesamtausstoß zweifellos günstiger als vor dem Krieg. Bezieht man die Darlehensforderungen lediglich auf den Faßbierausstoß, dann ergibt sich für das Jahr 1964 ein Betrag von ca. 20,-- DM pro Hektoliter Faßbier. Aber auch dieser Wert kann die Situation nicht genau kennzeichnen, da auch in Gaststätten Flaschenbier verkauft wird und andererseits wieder reine Flaschenbißgeschäfte durch Bierlieferungsverträge gebunden sind. Er kann aber wenigstens in etwa die Relation zu den Werten vor dem zweiten Weltkrieg wieder herstellen.

1957, im ersten Jahr, in dem die offizielle Statistik neben dem Gesamtausstoß auch den Flaschenbierausstoß ausweist, waren die Darlehensforderungen bezogen auf den Faßbier-

Forts. d. Anm.2) auf S. 160:

Die hektoliterbezogene Brauereibilanz 1952/53, 1953/54, 1954/55 und 1955/56, in: Das Bier in wirtschaftlichen Zahlen, hrsg. Wirtschaftliche Abteilung der VLB Berlin, Berlin 1959; die hektoliterbezogene Brauereibilanz:

1956/57,	"	"	"	1959, S. 192 ff,
1957/58,	"	"	"	1959, S. 780 ff,
1958/59,	"	"	"	1961, S. 589 ff,
1959/60,	"	"	"	1961, S. 933 ff,
1960/61,	"	"	"	1962, S. 918 ff,
1961/62,	"	"	"	1963, S. 754 ff,
1962/63,	"	"	"	1964, S. 796 ff,
1963/64,	"	"	"	1965, S. 782 ff.

1) Vgl. Kaiser, Bruno, a.a.O., S. 211.

2) Vgl. Deutscher Brauer-Bund e.V., Bad Godesberg, 7. Statistischer Bericht, 1966, S.60.

ausstoß mit 17, -- DM/hl noch um 3, -- DM niedriger als 1964. Dies steht im Gegensatz zu den seit 1952 - dem Nachkriegsmaximum - dauernd sinkenden Darlehensforderungen pro Hektoliter Gesamtausstoß. Die Steigerung des Wertes von 17, -- auf 20, -- DM/hl Faßbierausstoß ist also ein Zeichen dafür, daß der Kapitalwettbewerb mit Darlehen in den letzten Jahren nicht etwa absolut abgenommen hat, sondern nur im Verhältnis zum Gesamtausstoß. Einer Steigerung des Faßbierausstoßes von ungefähr 25 % in den Jahren 1957 bis 1964 steht eine Steigerung der Darlehenssumme von ca. 50 % gegenüber. Die Steigerung des Bierausstoßes der deutschen Brauereien in den letzten sieben Jahren um 62 % ging also hauptsächlich zu Gunsten des Flaschenbieres vor sich. Ein Absinken der Darlehensforderungen pro Hektoliter des Gesamtausstoßes ist deshalb nicht verwunderlich.

Diese Steigerung der Darlehensgewährung bestätigt die These von Rosenberger ¹⁾, daß die Kreditgewährung der Brauereien weitgehend vom Konjunkturverlauf abhängig ist. "Sie ist in Krisen- und Depressionszeiten geringer als in Zeiten guter Konjunktur." ¹⁾ Gegen diese Ansicht kann angeführt werden, daß der in Krisenzeiten rückläufige Absatz eine Verschärfung des Wettbewerbs mit sich bringt. Die nicht mehr voll beschäftigten Betriebe wollen ihre Kapazität durch die Gewinnung neuer Absatzstätten auslasten. Bisher nicht belieferte Absatzstätten als Kunden zu gewinnen, kann bei Gaststätten nur durch eine verstärkte Darlehensgewährung erfolgen. Diese zweifellos vorhandene Reaktion wird aber gedämpft durch die Knappheit an flüssigen Mitteln, unter der auch die Brauereien in diesen Zeiten gewöhnlich leiden, besonders wenn ihr Umsatz zurückgeht. Die Darlehensgewährung wird also in diesen Zeiten geringer sein als in Zeiten des wirtschaftlichen Aufschwungs, in denen erstens der Wirt eher bereit ist, sich zu verschulden, da er damit rechnet, bei dieser wirtschaftlichen Lage den Kredit ohne Schwierigkeiten tilgen zu können, und zweitens auch die Brauerei die Chancen des Bierabsatzes und damit der Darlehensrückzahlung günstig beurteilt.

In der DM-Eröffnungsbilanz betrugen die Darlehensforderungen der deutschen Brauereien 1,2 % der Bilanzsumme. Sie waren durch die Währungsreform um 85 % abgewertet worden, nachdem sie in der vorausgegangenen RM-Schlußbilanz noch 5,7 % der Bilanzsumme betrugen. ²⁾ Von nun an stieg die Darlehensgewährung kräftig an, was auch im Anteil der Darlehens-

1) Rosenberger, Wilhelm, a.a.O., S. 139.

2) Vgl. Strigl, Hans, a.a.O., S. 26.

forderungen an der Bilanzsumme zum Ausdruck kommt. In den Jahren 1954 und 1955 erreichte dieser Wert seinen bisherigen Höchststand nach 1945. Absolut stiegen die Darlehensforderungen der deutschen Brauereien von der Währungsreform bis 1955 um das 27-fache und bis heute um mehr als das 40-fache.

Ab 1955 wurde also auch im Verhältnis zwischen Darlehensforderungen und Bilanzsumme der Trend zur relativen Abnahme der Darlehensforderungen sichtbar, der sich bei dem Verhältnis Darlehensforderungen zu Gesamtausstoß bereits im Jahre 1953 abzeichnete und, wie oben bereits ausgeführt, in erster Linie auf das schnellere Anwachsen des Flaschenbierausstoßes zurückzuführen war. Beim prozentualen Anteil der Darlehensforderungen an der Bilanzsumme ist dieser Rückgang auf das relativ stärkere Anwachsen des Anlagevermögens, in der Hauptsache der Position "Maschinen und maschinelle Anlagen" und der Position "Betriebsgebäude" zurückzuführen. Die Steigerung dieser Positionen ist wiederum zu einem Teil auf das so enorm expandierende Flaschenbiergeschäft zurückzuführen.

Bezogen auf den Gesamtausstoß konnten sich die Warenforderungen in den letzten zehn Jahren nicht so stark verringern wie das bei den Darlehen der Fall war. Das deutet darauf hin, daß die absolute Steigerung bei diesen kurzfristigen Forderungen stärker war, als bei den Kundendarlehen. Dies ist wiederum auf die starke Expansion des Flaschenbieres zurückzuführen, die bei vielen Brauereien in einem Anwachsen des Verlegeranteils am Gesamtausstoß zum Ausdruck kam. Die Verleger nehmen zwar nur selten Darlehen in Anspruch, dafür aber um so längere Zahlungsziele. Bei weiter steigendem Flaschenbieranteil wird sich, falls dafür zu einem großen Teil Verleger als Zwischenhändler eingeschaltet werden, eine weitere Verlagerung der Absatzfinanzierung vom Darlehen zum Warenkredit ergeben.

Tabelle 15

Langfristige Forderungen bezogen auf den Bierausstoß (DM/hl) in Abhängigkeit von der Betriebsgröße ¹⁾ (Text S. 165)

Jahr	bis 40 000 hl Jahres- ausstoß	40 000 - 60 000 hl	60 000 - 100 000 hl	100 000 - 200 000 hl	200 000 - 400 000 hl	über 400 000 hl
1958	11,32	10,59	9,37	8,22	9,13	7,42
1959	11,06	11,27	9,19	8,81	8,80	7,58
1960	11,02	11,88	9,97	9,85	9,15	8,86
1961	10,47	12,15	9,39	9,79	9,13	8,54
1962	11,72	13,29	8,82	10,03	8,76	8,19
1963	12,81	10,65	9,78	9,82	8,31	8,11
1964	10,33	13,00	10,25	9,19	8,04	7,89

1) Deutscher Brauer-Bund e.V., Bad Godesberg, Bilanzanalysen (unveröffentlicht), durchgeführt anhand der Abschlüsse

1958 von 105 Aktienbrauereien

1959 von 107 "

1960 von 110 "

1961 von 112 "

1962 von 112 "

1963 von 111 "

1964 von 110 "

jeweils Tabelle 1.

Der Deutsche Brauer-Bund hat in seinen jährlichen statistischen Bilanzanalysen u. a. eine detaillierte Differenzierung der auf den Ausstoß bezogenen Darlehensforderungen nach Betriebsgrößenklassen vorgenommen. Die Ergebnisse dieser Untersuchungen zeigen, daß die Brauereien mit einem Jahresausstoß zwischen 40.000 und 60.000 Hektolitern, also die typischen Mittelbrauereien, von allen Gruppen den größten Betrag für die Darlehensgewährung aufwenden. In dieser Betriebsgrößenklasse ist auch die größte Steigerung dieses Wertes im Untersuchungszeitraum festzustellen.

Mit steigendem Jahresausstoß gehen die Darlehensforderungen dann laufend zurück. Die Großbrauereien sind also nicht in dem Maße auf die Absatzsicherung durch den Darlehens- und Bierlieferungsvertrag angewiesen wie die mittleren Brauereien. Sie haben einen bekannten Namen, ihre Erzeugnisse sind auf Grund einer breiten Werbung dem Verbraucher vertraut. Die Verleger sind aus diesen Gründen leichter bereit, diese Biere in ihr Sortiment aufzunehmen. Sie lassen sich leichter verkaufen (eine entsprechende Preisgestaltung vorausgesetzt) als die Biere einer kleineren oder mittleren Brauerei. Für den Teil des Ausstoßes aber, den eine Brauerei über Verleger verkauft, benötigt sie eine bedeutend geringere Darlehenssumme als für den direkten Absatz, da den Kunden des Verlegers viel weniger Darlehen gewährt werden als den direkt belieferten Kunden und da die Darlehensbeträge, die der Verleger selbst erhält, im Verhältnis zu seinem Umsatz unbedeutend sind.

Die niedrigen, auf den Ausstoß bezogenen Darlehensbeträge der großen Brauereien rühren nicht daher, daß diese Unternehmen zur Gewinnung eines Kunden geringere Darlehensbeträge aufwenden müssen als kleinere Brauereien. Bei der Verpflichtung von Gaststätten durch Darlehens- und Bierlieferungsvertrag gibt der Kunde der Brauerei den Vorzug, die ihm die besten Bedingungen anbietet. Die Größe und damit die Bekanntheit der Brauerei beim Publikum spielt keine Rolle. Lediglich wenn das Bier einer Brauerei in einem Absatzgebiet ausgesprochen unbeliebt ist, muß diese Brauerei einem Gastwirt u. U. größere Zugeständnisse machen, um ihn zum Vertragsabschluß zu bewegen.

Die Brauereien mit einem Jahresausstoß unter 40.000 Hektolitern liegen, besonders im Jahre 1964, weit unter dem Höchstwert der Brauereien mit einem Jahresausstoß zwischen 40.000 und 60.000 Hektolitern. Diese Tendenz der Abnahme der Darlehensforderungen pro Hektoliter bei Kleinbrauereien geht auch aus einer Untersuchung von Lenk¹⁾ hervor. Die Kleinbe-

1) Lenk, Ging es den süddeutschen Brauereien 1961 wirklich so gut? in: Brauwelt 1962, S. 1614.

triebe mit einem Jahresausstoß bis 10.000 Hektolitern wiesen in dieser Untersuchung lediglich einen Darlehensaußenstand von 4,71 DM/hl auf. Bei den Brauereien in der Größenklasse von 10.000 bis 30.000 Hektolitern ermittelte Lenk im Jahre 1961 Darlehensforderungen im Werte von 7,97 DM/hl, für Betriebe über 30.000 Hektoliter 11,20 DM/hl.

Diese geringen Werte für die Kleinbetriebe bis 10.000 Hektoliter sind u. a. auf den Brauereiausschank zurückzuführen, den diese Unternehmen in der Regel betreiben und über den sie einen verhältnismäßig großen Anteil ihrer gesamten Produktion absetzen. Diese Brauereien sind daher nicht in dem Maße gezwungen, fremde Absatzstätten durch Darlehen zum ausschließlichen Bierbezug zu verpflichten, wie das bei den mittleren Betrieben der Fall ist. Dazu kommt, daß diese Kleinbetriebe oft gar kein Interesse haben, ihren Umsatz durch Kreditgewährung zu steigern. Sie verkaufen ihre Erzeugnisse nur in dem Ausmaß, in dem sie ohne die Gewährung von Kundendarlehen abgesetzt werden können. Eine Expansion wird nicht angestrebt, da es sich hier in der Regel um handwerklich geführte Betriebe handelt, denen unternehmerisches Denken fremd ist.¹⁾

Für die Brauereien über 30.000 Hektoliter Jahresausstoß ermittelt Lenk, wie oben angeführt, Darlehensforderungen in Höhe von 11,20 DM/hl. Dieser Wert ist im Verhältnis zu den Werten der "Hektoliterbezogenen Brauereibilanz" und Werten der "Bilanzanalysen" des Deutschen Brauer-Bundes sehr hoch. Die Untersuchung von Lenk stützt sich in der Hauptsache auf die Bilanzen von Unternehmen, die nicht in der Form einer Aktiengesellschaft betrieben werden, also Gesellschaften, die im allgemeinen keine Handelsbilanz aufstellen. Lenk verwendete die Zahlen der Steuerbilanz, deren Wertansätze bei den Darlehensforderungen durch die geringeren Wertberichtigungen oft erheblich über denen der Handelsbilanz liegen. Dies erklärt die etwas überdurchschnittlich hohen Werte, die Lenk für die Betriebsgrößenklasse über 30.000 Hektoliter Jahresausstoß erhält.

1) Vgl. Rieger, Wilhelm, a.a.O., S. 28 f.

Tabelle

Die Darlehensgewährung in den einzelnen Bundesländern (langfristige Forderungen bezogen auf den Bräustoff)¹⁾ (Text S. 148)

Jahr	Bundes- gebiet	Boden- Württem- berg	Bayern	Berlin	Bremen Hamburg Schlesw.H.	Hessen	Nieder- sachsen	Nord- rhein- Westf.	Rheinl. Pfalz Saarl.
1958	8,32	8,16	9,58	9,28	9,52	5,06	8,08	8,08	9,68
1959	8,32	8,06	8,79	8,07	9,91	6,21	8,85	7,57	10,55
1960	9,30	8,91	9,26	8,85	9,76	8,04	10,15	8,81	12,18
1961	9,04	9,46	9,11	9,25	9,81	7,94	10,00	8,40	10,10
1962	8,80	9,38	9,45	8,36	9,78	7,35	9,61	8,10	9,28
1963	8,60	8,56	9,84	7,85	8,87	6,64	9,21	8,08	9,91
1964	8,32	8,68	9,21	8,66	8,71	6,42	10,04	7,48	9,77
1964 Darlehens- Forderungen in % der Bilanz- Summe ²⁾	10,1 %	8,3 %	9,0 %	13,6 %	9,0 %	4,8 %	13,6 %	13,2 %	11,1 %

1) Vgl. Deutscher Brauer-Bund e. V., Bad Godesberg, Bilanzanalysen der jeweiligen Jahre, a. a. O.

2) Die Werte des prozentuellen Anteils der Darlehensforderungen an der Bilanzsumme wurden errechnet aus absoluten Bilanzzahlen deutscher Aktienbrauereien, angeführt bei Plum, Gustav, Das Bilanzbild der Brauereien für 1963/64 bzw. 1964, in: Brauwelt 1965, S. 1297 ff.

Der Bundesdurchschnitt der Darlehensforderungen pro Hektoliter Ausstoß lag bei dieser Untersuchung des Deutschen Brauer-Bundes im Jahre 1964 bei 8,32 DM/hl. Unter dem Durchschnitt lagen nur die Bundesländer Hessen und Nordrhein-Westfalen. Bei Nordrhein-Westfalen dürfte der Grund in der Vereinbarung zur Beschränkung der Kundendarlehen liegen, die seit 1952 in Kraft ist und an der Mitte 1966 97 Brauereien dieses Bundeslandes beteiligt sind, die einen Anteil von 89,6 % am Gesamtausstoß dieses Bundeslandes haben.

In Hessen ist die Situation anders. Hier tritt die Darlehensgewährung zugunsten der Inventarleihe und anderer Leistungen der Brauereien in den Hintergrund. Die Bindung von Kunden durch Bierlieferungsverträge wird in diesem Bundesland nicht so sehr mit der Gewährung von Darlehen verbunden, mit deren Hilfe der Kunde in der Lage wäre, die anfallenden Kosten für den Gaststättenumbau etc. selbst zu tragen, sondern die Gewinnung von Kunden wird durch Gestellung von Leihinventar und durch Gewährung von Zuschüssen abgewickelt (die jedoch bei Pachtgaststätten über einen erhöhten Pachtzins eventuell wieder zurückfließen können).

Trotz der Steigerung der Darlehensforderungen pro Hektoliter Ausstoß in den meisten Bundesländern ist der Bundesdurchschnitt 1964 wieder auf dem gleichen Stand wie 1958, denn die beiden größten biererzeugenden Länder, Bayern und Nordrhein-Westfalen (sie brauen ca. 56 % des deutschen Bierausstoßes), weisen einen Rückgang dieses Wertes auf. Außerdem kann die Gruppe "Bremen, Hamburg, Schleswig-Holstein" ein Absinken der Darlehensforderungen pro Hektoliter verzeichnen. In diesen Bundesländern ist der Ausstoß in den letzten Jahren also schneller gewachsen als die Darlehensgewährung.

Tabelle 17

Durch Grundpfandrechte gesicherte Darlehensforderungen bezogen auf den Bierausstoß und unterteilt nach Betriebsgrößenklassen ¹⁾(Text S. 170)

Jahr	Brauereien bis 60.000 hl Ausstoß		Brauereien über 60.000 hl Ausstoß		Gesamt		
	gesichert	unge- sichert	gesichert	unge- sichert	gesichert	unge- sichert	Differenz
1953	4,85	5,95	5,00	5,80	4,99	5,84	0,85
1954	5,52	6,60	4,88	4,91	4,96	5,15	0,19
1955	5,69	5,85	4,70	5,43	4,83	5,48	0,65
1956	4,88	7,39	4,30	5,82	4,37	6,02	1,65
1957	4,76	7,14	4,05	4,30	4,11	5,13	1,02
1958	4,14	6,26	3,81	4,61	3,84	4,77	0,93
1959	3,46	6,24	3,36	4,40	3,37	4,56	1,19
1960	4,70	7,12	3,61	4,71	3,68	5,00	1,32
1961	3,69	7,05	3,65	5,16	3,60	5,29	1,69
1962	3,84	9,51	2,52	5,82	2,59	6,00	3,41
1963	4,04	6,81	3,00	6,22	3,06	6,25	3,19
1964	5,03	6,80	2,85	4,79	2,94	4,86	1,92

1) Vgl. Wirtschaftliche Abteilung der VLB Berlin, Hektoliterbezogene Brauerei-Bilanz der jeweiligen Jahre, a.a.O.

Von 1959 bis 1963 haben sich die lediglich durch Mobilien gesicherten Darlehen kontinuierlich von 4,56 auf 6,25 DM/hl erhöht, während die durch Grundpfandrechte gesicherten Darlehensforderungen in diesem Zeitraum von 3,37 auf 3,06 DM/hl zurückgegangen sind. Das Verhältnis der gesicherten zu den ungesicherten Darlehen hat sich also in den letzten Jahren zuungunsten der dinglichen Sicherung verschoben. Der Abschluß von Darlehens- und Bierlieferungsverträgen mußte also meist mit einem Verzicht auf Sicherung des Darlehens erkaufte werden. 1964, ein Jahr, das dem Braugewerbe einen erheblichen Umsatzzuwachs gebracht hat, hat sich das Verhältnis wieder etwas zugunsten der dinglichen Sicherung verbessert. Es darf aber bei der Absicherung von Darlehen nie vergessen werden, daß Bier ein sehr einkommenselastisches Gut ist. Bei einem Rückgang seines Einkommens wird der Verbraucher den Bierkonsum entsprechend einschränken. Sollte es zu einer derartigen Krisensituation kommen, so liegt es nahe, daß bald einige Gastwirte in Zahlungsschwierigkeiten geraten werden. Schulden dieser Kunde dann der Brauerei erhebliche Darlehensbeträge, die nicht entsprechend abgesichert sind, so können von dieser Seite schnell größere Verluste auf die Brauereien zukommen.

Bei Brauereien mit einem Jahresausstoß bis 60.000 Hektolitern war die Differenz zwischen gesicherten und ungesicherten Darlehen im allgemeinen größer als bei den Brauereien in der Größenordnung über 60.000 Hektolitern. Die kleineren Brauereien haben also einen geringeren Betrag ihrer Darlehensforderungen grundpfandrechtlich gesichert als die größeren Unternehmen. Dies verschlechtert noch die ungünstige Situation dieser Brauereien, die, wie aus Tabelle 15 ersichtlich, bereits relativ hohe Darlehensforderungen ausweisen. Zur überdurchschnittlichen Höhe der Darlehensforderungen kommt nun also noch die mangelhafte Absicherung.

Die Darlehensforderungen, die die einzelnen deutschen Brauereien grundbuchmäßig abgesichert haben, bewegen sich ungefähr zwischen einem Viertel und drei Vierteln der gesamten Darlehensforderungen. Warum gelingt es einzelnen Unternehmen, einen größeren Teil ihrer Darlehenssumme grundpfandrechtlich zu sichern als anderen?

Ein Grund dafür liegt in der mehr oder minder ausgeprägten Risikofreundlichkeit der einzelnen Geschäftsleitungen. Ein Unternehmer legt mehr Wert auf den durch die Darlehensgewährung zu erzielenden Umsatz und achtet weniger auf die Absicherung des Kredits. Ein anderer hat

primär die gute Sicherung des Darlehens im Auge, ist weniger risikofreundlich und läßt sich nur schwerer allein durch gute Umsatzprognosen zum Abschluß eines Darlehensvertrages bewegen. Es ist also vielfach die Einstellung der Geschäftsleitung, die die Struktur der Darlehensforderungen bestimmt. Aber auch der Markt in seinen oft recht unterschiedlichen Bedingungen ist ein Faktor, der die Sicherungsmöglichkeit der Kundendarlehen der Brauereien beeinflusst. In einem hart umkämpften Großstadtgebiet wird es bedeutend schwerer sein, eine grundpfandrechtliche Sicherung für ein Darlehen zu erhalten. Auf dem Lande kann es u. U. einfacher sein.

Zum Schluß soll nun noch versucht werden, die Summe der Darlehensforderungen sämtlicher deutscher Brauereien zu bestimmen.

Plum¹⁾ errechnet bei der Untersuchung der Bilanzen von 102 deutschen Aktienbrauereien für das Geschäftsjahr 1963/64 bzw. 1964 Darlehensforderungen in Höhe von 195.840.000,-DM. Diese 102 Brauereien waren am Bierausstoß der Bundesrepublik mit ca. 40 % beteiligt.²⁾

Schließt man nun von diesem Teil auf das Ganze, also von 40 % auf den gesamten Ausstoß, so ergibt sich eine Summe von 490 Millionen Mark, die die Brauereien in ihrer Kundschaft investiert haben.

Drei Jahre früher ermittelte Kinnebrock³⁾ Darlehensforderungen in Höhe von 460 Millionen Mark. Berücksichtigt man die zeitliche Differenz dieser beiden Ergebnisse, die Darlehenssumme der von Plum untersuchten Brauereien wuchs in diesem Zeitraum um 7 %⁴⁾, so ergibt sich eine völlige Übereinstimmung mit dem vorigen Ergebnis.

Geht man nicht von den in der Handelsbilanz ausgewiesenen Werten aus, wie es in den oben angeführten Berechnungen der Fall ist, sondern multipliziert man den vom Deutschen

1) Plum, Gustav, Das Bilanzbild der Brauereien 1963/64 bzw. 1964, a.a.O., S. 1297 ff.

2) Die wirtschaftliche Abteilung der VLB Berlin hat in ihrer "Hektoliterbezogenen Brauereibilanz 1963/64" (Tageszeitung für Brauerei 1965, S. 782 ff) die Bilanzen von 111 Aktienbrauereien untersucht, die am Gesamtausstoß der Bundesrepublik und Westberlins mit 42,6 % beteiligt waren. Ohne einen groben Fehler zu begangen, darf man daraufhin annehmen, daß die von Plum untersuchten 102 Brauereien ca. 40 % des Gesamtausstoßes repräsentieren, da beiden Berechnungen nur die veröffentlichten Bilanzen zur Verfügung standen.

3) Kinnebrock, Franz, Absatzwege und Absatzmethoden im Braugewerbe, a.a.O., S. 705.

4) Plum, Gustav, Das Bilanzbild der Brauereien für 1960/61 in: Brauwelt 1962, S. 1508 ff.

Brauer-Bund in seinen unveröffentlichten Bilanzanalysen errechneten Darlehensbetrag pro Hektoliter (8,32 DM/hl im Jahre 1964) mit dem Ausstoß sämtlicher deutscher Brauereien (etwa 70 Millionen Hektoliter), dann ergibt sich eine Darlehenssumme von 582 Millionen Mark. Dieses Ergebnis dürfte der Wirklichkeit näher kommen als die oben ermittelten Werte, da der Deutsche Brauer-Bund, wie bereits ausgeführt, sein Untersuchungsmaterial durch direkte Mitteilungen der Mitgliedsbrauereien erhält, d.h. die in der Bilanz bisher noch möglichen Wertabschläge zur Bildung stiller Reserven beeinflussen seine Ergebnisse nicht.

Der Betrag, den das Braugewerbe seinen Kunden, in erster Linie den Gastwirten, darlehensweise zur Verfügung stellt, ist also sehr umfangreich. Schließt man aber die leih- und mietweise Überlassung von Inventar und anderen Gegenständen in die Berechnung mit ein, dann geht man nicht ganz fehl, wenn man annimmt, daß die Brauereien ihren Kunden Kapital in Höhe von fast einer Milliarde D-Mark zur Verfügung stellen.

F) Ausblick

In den vorangegangenen Kapiteln dieser Arbeit wurde versucht, einen Überblick zu vermitteln über die mannigfaltigen Formen der Kundendarlehen und der verwandten finanziellen und sachlichen Leistungen, durch die die Brauerei Kunden für kürzere oder längere Zeit an sich binden und damit eine gewisse Stabilität ihres Absatzes erreichen will. Es wurde gesprochen über die Fragen, die diese Darlehen bezüglich des Wettbewerbs aufwerfen, über rechnungstechnische Besonderheiten sowie über die Ergebnisse statistischer Untersuchungen zu diesem Thema.

Außerdem wurde erwähnt, daß nicht nur traditionelle Gründe für diese besondere Art der Absatzsicherung maßgebend sind, sondern daß sich diese Art der Bindung zwingend aus den besonderen Verhältnissen des Braugewerbes erklären läßt. Sie hat aber in letzter Zeit etwas von ihrer dominierenden Stellung verloren. In den letzten zwanzig Jahren erfolgte eine weitgehende Verlagerung des Umsatzes der Brauereien vom Faß- zum Flaschenbier, d.h.

von der Gaststätte in das Heim des Verbrauchers. Diese strukturelle Wandlung des Biermarktes vom Faß- zum Flaschenbier bewirkt eine Verlagerung vom gebundenen zum fluktuierenden Absatz.¹⁾ Die Absatzformen und Absatzwege, mit denen in diesen Jahren der Flaschenbierabsatz so stark gesteigert werden konnte, wie z.B. der Verkauf über Verleger, Einzelhandelsketten, Heimdienste etc., können im allgemeinen nicht durch langfristige Verträge gesichert werden. Sie sind ein fluktuierender Absatz, der von einem Tag auf den anderen wegfallen kann. Die Möglichkeiten der Brauereien zur Sicherung ihres Absatzes durch Bierlieferungsverträge hat sich durch den relativen Rückgang des Anteils der Gaststätten am Gesamtabsatz stark verringert.

Die Folge dieser Entwicklung ist, daß die Brauereien nach anderen Mitteln und Wegen suchen bzw. suchen müssen, um Einfluß auf den freien, den nicht durch Bierlieferungsverträge gebundenen Markt zu gewinnen. Dafür kommt in erster Linie die Werbung in Frage. Eine wirksame Endverbraucherwerbung muß großzügig angelegt sein und aus vielen Kanälen auf den Verbraucher einwirken. Sie reicht im allgemeinen von der Werbung in und an Gaststätten und sonstigen Verkaufsstellen über die Werbung an verkehrsgünstig gelegenen Gebäuden, in Zeitungen, Zeitschriften sowie mit Prospekten und Plakaten, bis zur Rundfunk- und Fernsehwerbung. Die durch eine massive Werbung beeinflussten Verbraucher üben auf den Wiederverkäufer einen Nachfragedruck aus, der diese veranlaßt, die Erzeugnisse dieser Brauerei in ihr Sortiment aufzunehmen.

Selbstverständlich gibt es beim Bier auch einen sog. Qualitätswettbewerb. Die Unterschiede in der Qualität der einzelnen Konsumbiere sind aber im allgemeinen zu gering, um daraus entscheidende Wettbewerbsvorteile einzelner Brauereien ableiten zu können.²⁾ Es bleibt als hauptsächliches absatzpolitisches Instrument die Endverbraucherwerbung, sieht man von Preisunterbietungen ab, die im allgemeinen nur eine vorübergehende Maßnahme sein können, da, wenn sie nicht auf echten Kostenvorteilen beruhen, diese Maßnahmen bald zu Verlusten bei dem betreffenden Unternehmen führen.

Eine wirksame Werbung ist aber mit hohen Kosten verbunden, besonders wenn sie sich auf ein

1) Vgl. Kirchmeier, Franz, Neue Erfahrungen und Überlegungen zu Fragen des Absatzes und des Vertriebes, in: Brauwelt 1962, S. 1692 ff.

2) Vgl. Koch, Gerhard, a.a.O., S. 133.

größeres Gebiet erstrecken soll. Es können aus diesem Grund nur die großen Brauereien nachhaltige Erfolge durch dieses absatzpolitische Instrument erzielen. Die Folgen liegen auf der Hand. Die großen kapitalkräftigen Unternehmen werden die mittleren und kleineren Brauereien, die bestenfalls regional werben können, durch ihre umfassenden Werbeaktionen an die Wand drängen, d.h. es erfolgt ein Zug zum Großbetrieb, eine Konzentration.

Ein wesentliches Mittel, um diese Entwicklung zu bremsen, ist der Bierlieferungsvertrag. Wenn auch weiterhin die Möglichkeit besteht, daß eine mittlere oder kleine Brauerei sich mit verhältnismäßig bescheidenen Mitteln durch den Abschluß von Darlehens- und Bierlieferungsverträgen einen festen Kundenkreis sichern kann, dann kann eine übermäßige horizontale Konzentration im deutschen Braugewerbe verhindert werden. Die Bierbezugsverpflichtungen halten die Werbemacht der großen Brauereien in Grenzen, indem sie den Bierabsatz über das Gaststättengewerbe weitgehend diesem wirtschaftspolitischen Instrument entziehen. Der Verbraucher empfindet dies auch keineswegs als Nachteil. Wenn er ein Lokal aufsucht, um dort zu essen oder wenn er es der Geselligkeit wegen tut, so tritt dabei die Frage, welches Bier in dieser Gaststätte ausgeschenkt wird, in den Hintergrund. Die gemütliche Atmosphäre, die gute Küche oder andere Besonderheiten, sind bei den meisten Bierkonsumenten die ausschlaggebenden Faktoren bei der Wahl der Gastwirtschaft. Nur in Ausnahmefällen ist der Name des dort ausgeschenkten Bieres Anlaß zum Besuch. Bemühungen der Brauereien, durch Konsumentenwerbung einen größeren Einfluß auf den Gastwirt zu erlangen, sind aus diesem Grunde sinnlos.¹⁾

Die derzeitige Situation auf dem deutschen Biermarkt ist dadurch gekennzeichnet, daß sich die Absatzsicherung durch den Abschluß von Bierbezugsverpflichtungen und die Absatzsicherung durch Werbung ergänzen müssen. Jede kann nur einen Teilmarkt abdecken. Die eine den Faßbiermarkt bzw. den Bierabsatz über die Gaststätten, die andere den Flaschenbiermarkt. Da der Faßbiermarkt nur wenig durch Werbung beeinflusst werden kann, müssen die Brauereien, die auf diesen Umsatzanteil nicht verzichten wollen, Absatzstätten durch Darlehensgewährung binden. Da der Flaschenbiermarkt weitgehend von Bierbezugsverpflichtungen frei ist und auf diese Weise auch nicht erobert werden kann, muß man zu anderen absatzpolitischen Mitteln greifen, deren wesentlichstes m. E. die Werbung ist.

1) Vgl. Koch, Gerhard, a.a.O., S. 134.

Sollte aber eines Tages eine gesetzliche Bestimmung ein Verbot der mit der Darlehensgewährung verbundenen ausschließlichen Bezugsverpflichtung bringen, dann wird auch für den Bierabsatz über die Gaststätten die Werbung eine größere Bedeutung erlangen und damit dem Zug zum Großbetrieb, der horizontalen Konzentration im Braugewerbe, Vor-schub leisten.

Literaturverzeichnis

I. Bücher, Dissertationen und Artikel in Sammelwerken

- | | |
|------------------------------|--|
| Albach, Horst | Wirtschaftlichkeitsrechnung bei unsicheren Erwartungen, Beiträge zur betriebswirtschaftlichen Forschung, Bd. 7, Hrsg. Gutenberg, E., - Hasenack, W., - Hax, K., - Schäfer, E., Köln und Opladen 1959 |
| derselbe | Investition und Liquidität. Die Planung des optimalen Investitionsbudgets, Wiesbaden 1962 |
| Beine, Günther | Die Bilanzierung von Forderungen in Handels-, Industrie- und Bankbetrieben, Wiesbaden 1960 |
| Bernhard, Walter | Verträge der Brauereien, in: Vertragshandbuch für Brauereien und Mälzereien, 3. Aufl., Nürnberg 1956 |
| Biergans, Richard | Betrachtungen über aktuelle Probleme, die sich aus dem Vertrag zur Gründung der europäischen Wirtschaftsgemeinschaft für das bundesdeutsche Braugewerbe ergeben, Sonderdruck der Brauwelt, Nürnberg 1958 |
| Bilger, Harald | Wandlungen im deutschen brauwirtschaftlichen Absatzmarkt seit 1933, Diss. München 1938 |
| Brönner, Herbert | Die Bilanz nach Handels- und Steuerrecht, 5. Aufl., Stuttgart 1956 |
| Deuringer | Die Bierfrage in Bayern im Jahre 1861, München 1861 |
| Dobner-Dobenau, Nikolaus | Marktlage und Absatzpolitik der österreichischen Brauereien, Diss. Graz 1962 |
| Düstersiek, Günther | Der Bierlieferungsvertrag nach dem Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen, Diss. Köln 1961 |
| Essers, A.L.-
Essers, Leo | Brauerei und Wirt in der Marktordnung, 2. Aufl., Würzburg 1939 |
| Falter, Manuel | Die Praxis des Kreditgeschäfts bei Sparkassen und anderen Kreditinstituten, 2. Aufl., Stuttgart 1953 (1. Aufl. seit 1950) |

Fisch, Franz	Die betriebswirtschaftliche Finanzierung der Brauereien, Diss. München 1952
Friedrich, Anne	Strukturwandel im Bierverbrauch und Bierabsatz unter besonderer Berücksichtigung von Bayern, Diss. Nürnberg 1959
Gleiss, Alfred - Deringer, Arved	Die gesetzlichen Grundlagen der Marktordnung für die Brauwirtschaft in den Vereinigten Staaten, Gutachten abgegeben im Auftrag des Deutschen Brauer-Bundes e.V., Bonn 1951
Gruber, Erich	Sicherung und Verbesserung der Absatzlage der Brauindustrie, Diss. Würzburg 1958
derselbe	Über die Kosten und Erlöse in Brauereien, Hrsg. Versuchs- und Lehranstalt für Brauerei Berlin, Berlin 1966
Grübl, Josef Gerhard	Die strukturelle Verfassung eines mittleren bayerischen Brauereiunternehmens von 1844 - 1956, Diss. München 1957
Gutenberg, Erich	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, Bd. 2, Der Absatz, 6. Aufl., Berlin-Göttingen-Heidelberg 1963 (1. Aufl. seit 1954)
Hartl, Caspar	Die wirtschaftliche Organisation des deutschen Braugewerbes in Vergangenheit und Gegenwart, Berlin 1912
Hartmann, Bernhard	Kreditprüfung und Kreditüberwachung, Stuttgart 1965
Heinen, Edmund	Handelsbilanzen, Wiesbaden 1960
Hermann, Leonhard	Die Brauereibilanz gebündelt und geröntgt, Berlin 1934
Hoecht, Alexander	Die Organisation und Technik des Bierabsatzes im Braugewerbe, Diss. München 1929
Höchtl, Franz	Die dingliche Sicherung von Bierbezugsverpflichtungen durch Reallast und Dienstbarkeit, Diss. München 1960

Kaiser, Bruno	Einführung in die kaufmännische Brauereibetriebslehre, Nürnberg 1949
Koch, Gerhard	Die Absatzpolitik deutscher Brauereien unter besonderer Berücksichtigung der Absatzfinanzierung und Preispolitik, Diss. Freiburg (Schweiz) 1965
Kochinski, Rainer	Das Braugewerbe in den sechs Partnerstaaten der europäischen Wirtschaftsgemeinschaft unter besonderer Berücksichtigung der Betriebsgrößeklassen, Diss. München 1962
Krünitz, Johann Georg	Oeconomische Encyclopädie oder allgemeines System der Land-, Haus- und Staats-Wirtschaft in alphabetischer Ordnung, 5. Teil, Bier - Blume, Berlin 1775
Kuhn, Dieter	Eigenkapital und Fremdkapital in der deutschen Brauindustrie von der RM-Schlußbilanz bis 1955, Diss. Marburg 1959
Künstler, Leopold	Der Bierlieferungsvertrag, 3. Aufl., Nürnberg 1957
Launer, Horst	Strukturelle Wandlungen des deutschen Braugewerbes im 20. Jahrhundert, Diss. München 1954
Linhardt, Hanns	Die Kontrolle im Bankbetrieb. Betriebswirtschaftliche Abhandlungen, Hrsg. von W. Le Coutre, F. Find-eisen, W. Kalveram, Bd. 2, Stuttgart 1926
derselbe	Kreditkontrolle, Essen 1954
Luedtke, Rudolf	Probleme des Wettbewerbs, Vortrag auf dem deutschen Brauertag am 2. 7. 1954 in Düsseldorf
Luther, Hans Walter	Die Rheinisch-Westfälische Brauindustrie nach dem 2. Weltkrieg, Diss. Nürnberg 1950
Metzger, Hans-Ludwig	Probleme der Klein- und Mittelbrauereien in der Bundesrepublik, Diss. Frankfurt 1958
Möller, Hans	Kalkulation, Absatzpolitik und Preisbindung, Wien 1941, Nachdruck Tübingen 1961
Müller-Henneberg, Hans - Schwartz, Gustav	Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen, Gemeinschaftskommentar, 2. Aufl., Köln 1963

- | | |
|------------------------------|--|
| Müser, Conrad | Brauereiaktien als Kapitalanlage,
Bochum-Langendreer 1931 |
| Oermann, J.-
Meuschel, H. | Einkommensteuer, 7. Aufl., Stuttgart 1962 |
| Precht, Georg Martin | Selbstkostenberechnung für den Güterverkehr mit
Kraftfahrzeugen, 4. Aufl., Nürnberg 1963 |
| Reuter, Helmuth | Die Preispolitik der Brauereien in Theorie und
Praxis, Diss. Berlin 1964 |
| Rieger, Wilhelm | Einführung in die Privatwirtschaftslehre, 3. Aufl.,
Erlangen 1964 |
| Rosenberger, Wilhelm | Konjunktur und Brauereibilanzen,
Diss. Frankfurt 1934 |
| Rudolph, Hermann | Die Finanzierung der deutschen Brauwirtschaft,
Diss. Greifswald 1936 |
| Schäfer, Erich | Die Unternehmung, Einführung in die Betriebswirt-
schaftslehre, 6. Aufl., Köln und Opladen 1966
(1. Aufl. 1949) |
| Schessl, Rudolf | Der Bierlieferungsvertrag und die im Zusammenhang
damit auftretenden Probleme, Diss. München 1953 |
| Schmitz, Willi | Die Marktordnung im Braugewerbe,
Diss. Köln 1938 |
| Schottenhamel, Max | Die Brauerei in ihren volkswirtschaftlichen Bezie-
hungen zur Gaststätte als Unternehmer, Lieferant
und Bankier, Diss. München 1938 |
| Schwarz, Günter | Die Rechtsbeziehungen zwischen Brauerei und
Gastwirt (Bierlieferungsvertrag) in Frankreich und
im Saarland. Versuch einer rechtstatsächlichen und
rechtsvergleichenden Analyse, Diss. Tübingen 1956 |
| Seibold, Hans-Jürgen | Das württembergische Braugewerbe unter besonderer
Berücksichtigung der Marktverhältnisse, Diss.
Hohenheim 1953 |
| Staudinger, Julius von | Bürgerliches Gesetzbuch, Recht der Schuldverhältnisse,
2. Teil, 11. Aufl., Berlin 1955 |

- Strigl, Hans Die Auswirkungen der Währungsumstellung im Brau-
gewerbe. Untersuchungen an Hand der veröffent-
lichten Bilanzen der Brauereiaktiengesellschaften,
Diss. München 1959
- Thomass, Karl Die Bilanzen der neun Münchener Aktienbrauereien
aus den Jahren 1912 - 1919, Berlin 1921
- Weiß, Hermann Der Wettbewerb im Braugewerbe. Ein Beitrag zum
Entwurf des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschrän-
kungen, Diss. Tübingen 1953
- Wirtschaftliche Abteilung der Das Bier in wirtschaftlichen Zahlen,
Versuchs- und Lehranstalt für Berlin 1959
Brauerei Berlin (Hrsg.)
- Wittmann, Ruth Brauereiprobleme. Versuch einer Analyse der
betrieblichen Gestaltungsfaktoren, Diss. München 1950
- Wöhe, Günter Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre,
4. Aufl., Berlin und Frankfurt 1963
(1. Aufl. seit 1960)
- derselbe Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, Bd. 1,
Berlin und Frankfurt 1962
- II. Aufsätze in Zeitschriften
- Ammon Die Sicherung von Bierbezugsverpflichtungen durch
Grunddienstbarkeiten, in: Die Brauerei 1954,
S. 60
- Bernhard, Walter Möglichkeiten zur Ordnung des Biermarktes, in:
Betriebs-Berater 1962, Sonderbeilage zu Heft 18
- Birkholz, Hans Das neue Aktienrecht in steuerlicher Sicht, in:
Betriebs-Berater 1966, S. 711
- Bittner, E. Aktuelle Steuerfragen. Vortrag auf der 10. Brauwirt-
schaftlichen Woche in Weihenstephan im April 1965,
auszugsweise veröffentlicht in: Brauwelt 1965, S. 623
- Düstersiek, Günther Der Bierlieferungsvertrag und das Gesetz gegen
Wettbewerbsbeschränkungen, in: Brauwelt 1961
S. 2197 ff

Ecker, Josef	Geschmälerte Ertragsverhältnisse, in: Der Volkswirt 1952, Beilage ("Brauereien") zu Heft 26, S. 9
Günther, Eberhard	Das neue Kartellgesetz und seine Auswirkungen auf die Unternehmen, in: Wirtschaft und Wettbewerb 1957, S. 675
Herlitz, Günter	Die vorzeitige Rückzahlung von Brauereidarlehen, in: Brauwelt 1955, S. 929 ff
derselbe	Bierlieferungsrecht und Dienstbarkeit, in: Tageszeitung für Brauerei 1962, S. 507 ff
derselbe	Vorverhandlungen zum Bierlieferungsvertrag, in: Brauwelt 1963, S. 1047 ff
derselbe	Außerordentliche Kündigung von Bierlieferungsver- trägen, in: Brauwelt 1958, S. 469 ff
Kaindl, Erich	Vorzüge und Gefahren für das Braugewerbe, in: Der Volkswirt 1955, Nr. 51/52, S. 119
Kinnebrock, Franz	Der Kapitaleinsatz zur Absatzsicherung im Brauge- werbe, in: Brauwelt 1957, S. 1493 ff
derselbe	Absatzwege und Absatzmethoden im Braugewerbe. Vortrag auf der 7. Brauwirtschaftlichen Woche in Weihenstephan 1962, auszugsweise veröffentlicht in: Brauwelt 1962, S. 705
Kirchmeier, Franz	Neue Erfahrungen und Überlegungen zu Fragen des Absatzes und des Vertriebes, in: Brauwelt 1962, S. 1692 ff
Klatz, Walter	Inventarleihverträge mit Bierbezugsverpflichtung, in: Brauwelt 1960, S. 621 ff
Kochinski, Rainer - Kinnebrock, Franz	Das Braugewerbe in den sechs Partnerstaaten der EWG, unter besonderer Berücksichtigung der Betriebsgrößenklassen, in: Brauwelt 1963, S. 68 ff
Lenk	Ging es den süddeutschen Brauereien 1961 wirklich so gut? in: Brauwelt 1962, S. 1814 ff
Meyer, Otto	Kartellrechtliche Aspekte des Bierlieferungsvertrages aus nationaler und europäischer Sicht, in: Brauwelt 1965, S. 773 ff

- Meyer, Otto Bierlieferungsvertrag und Kartellrecht, in:
Tageszeitung für Brauerei 1965, S. 1027 ff
- Plum, Gustav Das Bilanzbild der Brauereien für 1960/61,
in: Brauwelt 1962, S. 1508 ff
- derselbe Das Bilanzbild der Brauereien für 1963/64 bzw.
1964, in: Brauwelt 1965, S. 1297 ff
- Rudolph, Hermann Die materielle und formelle Gestaltung des Jahres-
abschlusses der Brauerei nach der Aktienrechtsreform,
in: Brauwelt 1966, S. 1327 ff
- Seifried, Max Der Teilwert kundenbindender Forderungen, in:
Brauwelt 1957, S. 121 ff
- derselbe Die Bindung von Absatzstätten und die damit
zusammenhängenden Fragen bezüglich der Bilanzierung
in Handels- und Steuerrecht, in: Brauwelt 1956,
S. 850 ff
- Sölter, Arno Wettbewerbs- und Marktprobleme der Brauwirtschaft,
in: Brauwelt 1966, S. 1018 ff
- Strickrodt, Georg Die Wettbewerbsregeln für den gemeinsamen Markt,
in: Der Betrieb 1957, Beilage Nr. 9 zu Heft 26,
S. 6 ff
- Trepte, Adolf Vertragsgestaltung im Braugewerbe, in:
Brauwelt 1963, S. 1769 ff
- Vieth, Ronald Verbesserte Absicherung von Brauereidarlehen,
in: Brauwelt 1962, S. 605 ff
- Willenbrink, Karl Der Bierlieferungsvertrag, in:
Brauwelt 1958, S. 45 ff
- Wirtschaftliche Abteilung der Die hektoliterbezogene Brauerei-Bilanz 1956/57
Versuchs- und Lehranstalt für
Brauerei Berlin in: Tageszeitung für Brauerei 1959, S. 192 ff
- derselbe Die hektoliterbezogene Brauerei-Bilanz 1957/58,
in: Tageszeitung für Brauerei 1959, S. 780 ff
- derselbe Die hektoliterbezogene Brauerei-Bilanz 1958/59,
in: Tageszeitung für Brauerei 1961, S. 589 ff

Wirtschaftliche Abteilung der
Versuchs- und Lehranstalt für
Brauerei Berlin

Die hektoliterbezogene Brauerei-Bilanz 1959/60
in: Tageszeitung für Brauerei 1961, S. 933 ff

derselbe

Die hektoliterbezogene Brauerei-Bilanz 1960/61,
in: Tageszeitung für Brauerei 1962, S. 918 ff

derselbe

Die hektoliterbezogene Brauerei-Bilanz 1961/62,
in: Tageszeitung für Brauerei 1963, S. 754 ff

derselbe

Die hektoliterbezogene Brauerei-Bilanz 1962/63,
in: Tageszeitung für Brauerei 1964, S. 796 ff

derselbe

Die hektoliterbezogene Brauerei-Bilanz 1963/64,
in: Tageszeitung für Brauerei 1965, S. 782 ff

III. Sonstiges Material

Bayerischer Brauer-Bund e.V.,
München

Geschäftsbericht 1953/54

derselbe

Geschäftsbericht 1957/58

derselbe

Geschäftsbericht 1958/59 und 1959/60

derselbe

Geschäftsbericht 1962/63

derselbe

Geschäftsbericht 1964/65

Bundesanzeiger vom 23. 9. 1964,
Nr. 177

Bekanntmachung Nr. 2/64 vom Wirtschaftsministerium
Baden-Württemberg: "Antrag auf Eintragung von
Wettbewerbsregeln des Baden-Württembergischen
Brauer-Bundes e.V. und der Landesinnung der Klein-
und Mittelbrauereien Baden-Württemberg"

Bundessteuerblatt 1958, Teil III,
S. 291

Urteil des Bundesfinanzhofs vom 1. 4. 1958,
I 60/57 U

Bundessteuerblatt 1959, Teil III,
S. 320

Urteil des Bundesfinanzhofs vom 17. 3. 1959,
I 207/58 U

Deutscher Brauer-Bund e.V.,
Bad Godesberg

Geschäftsbericht 1959 - 1961

derselbe

Geschäftsbericht 1961 - 1964

Deutscher Brauer-Bund e.V. Bad Godesberg	Geschäftsbericht 1964 - 1966
derselbe	6. Statistischer Bericht 1963
derselbe	7. Statistischer Bericht 1966
derselbe	Die Brauereien als mittelständische Gewerbebetriebe brauchen den Bierlieferungsvertrag zur Sicherung ihres Absatzes, Denkschrift 1964
derselbe	Bilanzanalysen 1958, durchgeführt anhand der veröffentlichten Geschäftsberichte von 105 Aktien- brauereien (unveröffentlicht)
derselbe	Bilanzanalysen 1959, durchgeführt anhand der Ab- schlüsse von 107 Aktienbrauereien (unveröffentlicht)
derselbe	Bilanzanalysen 1960, durchgeführt anhand der Ab- schlüsse von 110 Aktienbrauereien (unveröffentlicht)
derselbe	Bilanzanalysen 1961, durchgeführt anhand der Ab- schlüsse von 112 Aktienbrauereien (unveröffentlicht)
derselbe	Bilanzanalysen 1962, durchgeführt anhand der Ab- schlüsse von 112 Aktienbrauereien (unveröffentlicht)
derselbe	Bilanzanalysen 1963, durchgeführt anhand der Ab- schlüsse von 111 Aktienbrauereien (unveröffentlicht)
derselbe	Bilanzanalysen 1964, durchgeführt anhand der Ab- schlüsse von 110 Aktienbrauereien (unveröffentlicht)
Verhandlungen des deutschen Bundestages, 4. Wahlperiode, Anlagen zu den stenographischen Berichten, Bd. 76, Drucksache IV/171	Begründung zum Entwurf eines Aktiengesetzes, Bonn 1961/62
Deutsche Juristenzeitung 1924, S. 66	Urteil des Reichsfinanzhofs vom 10. 7. 1923, II A 123/23
Die Brauerei 1951, S. 11	Urteil des Oberlandesgerichts Düsseldorf vom 26. 6. 1950, 6 U 57/50
Die Brauerei 1953, S. 525	Urteil des Landgerichts Darmstadt vom 16. 1. 1953, 1c 217/52

Die Brauerei 1955, S. 151

Urteil des Oberlandesgerichts Nürnberg
vom 3. 12. 1954, 3 U 179/54

Landesverband bayerischer Mittel-
standsbrauereien e.V., München

Geschäftsbericht 1962/63

Mitteilungen des Instituts für Handels-
forschung an der Universität zu Köln,
Hrsg. Seyffert, Rudolf - Sundhoff,
Edmund, Jahrg. 19, Nr. 3, März
1967, S. 17 ff

Die Absatzwege der Brauereien

Neue juristische Wochenschrift 1954,
S. 524

Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom
15. 12. 1953, Ia 90/53

Verband Rheinisch-Westfälischer
Brauereien e.V., Düsseldorf

Bericht über das Geschäftsjahr 1955/56

derselbe

Bericht über das Geschäftsjahr 1956/57

derselbe

Bericht über das Geschäftsjahr 1958

derselbe

Bericht über das Geschäftsjahr 1959

derselbe

Bericht über das Geschäftsjahr 1960

derselbe

Bericht über das Geschäftsjahr 1961

derselbe

Bericht über das Geschäftsjahr 1963

derselbe

Bericht über das Geschäftsjahr 1964

Wirtschaftliche Abteilung der
Versuchs- und Lehranstalt für
Brauerei, Berlin

4. Rundbrief 1963

A n h a n g

	Seite
I. Die Vereinbarung über Darlehens- und Kreditgewährung an die Kundschaft in Nordrhein-Westfalen	XVI
II. Die Regeln für den Wettbewerb in Nordrhein-Westfalen	XXII
III. Die Regeln für den Wettbewerb der niedersächsischen Brauereien	XXVII
IV. Die Regeln für den Wettbewerb in Hessen	XXXI

1. Vereinbarung über Darlehens- und Kreditgewährung an die Kundschaft Anpachtung und Ankauf von Absatzstätten in Nordrhein-Westfalen

Die in der Anlage aufgeführten Brauereien in Nordrhein-Westfalen (Vertragsbrauereien) verpflichten sich:

1. Der Kundschaft (Wirte, Verleger, Einzelhändler), ihren Angehörigen, Angestellten oder sonstwie interessierten Dritten, keine Darlehen (Kredite) anzubieten, zu gewähren oder gegen Bierbezugspflicht zu vermitteln,¹⁾ hierfür keine Bürgschaften oder sonstige Garantien zu übernehmen, keine Zahlungsziele über das bisherige Maß einzuräumen, kein Inventar leihweise zu geben, folgende Fälle ausgenommen:
 - a) An Kunden oder Teilkunden, die seit zwei Jahren regelmäßig beliefert werden, dürfen Darlehen (Kredite) bis zum Betrage einer Halbjahreslieferung (berechnet nach dem Durchschnitt der beiden letzten Lieferjahre) gegeben werden. Mitlieferanten sind hierüber zu unterrichten, der Weiterbezug ihrer bisherigen Anteile ist ausdrücklich zu gestatten, ihr Umfang ist auf Antrag festzustellen.¹⁾
 - b) Neuen Absatzstätten (d. h. bisher - auch an anderer Stelle - nicht bestehende Ausschänke oder Verkaufsstellen von Bier) dürfen Darlehen (Kredite) gegeben werden bis zum Werte des mobilen Großinventars für die Gaststätte und zwar nur für Tische, Stühle, Gläserschrank, Theke und Schankanlage.²⁾
 - c) Im gleichen Umfang wie b) oder auch a) dürfen Darlehen gegeben werden bei Wiedererrichtung einer Absatzstätte nach kriegsbedingtem oder durch Zweckentfremdung verursachtem Stillliegen (Wiederaufbau-Kunden) von früheren Lieferbrauereien, die bis zuletzt mehr als 60 % des Bierbezuges lieferten.

Protokollarische Feststellungen:

- 1) Darlehen an Verleger dürfen nur für Zwecke ihres Betriebes, nicht aber zur Weitergabe an Kunden gegeben werden.
Bei der Berechnung aller Darlehen (Kredite) müssen bestehende Verbindlichkeiten, die seit der Währungsreform begründet wurden, eingerechnet werden, auch Bierforderungen, soweit sie das übliche Zahlungsziel überschreiten.
Mitlieferanten sind solche, die während mindestens drei Monaten regelmäßig liefern.
- 2) Die Finanzierung einer neuen Absatzstätte (bis zum Wert des mobilen Großinventars) ist für den oder die Erstlieferanten auch nach Eröffnung (innerhalb von 2 Jahren) erlaubt. Die Anteile von Mitlieferanten müssen beachtet und dürfen nicht gebunden werden.

d) Zu besonderen Anlässen (z.B. Kirmes, Schützen- oder ähnliche Feste, Ausstellungen) darf Inventar zum vorübergehenden Gebrauch ausgeliehen werden, soweit bezirklich keine Sonderregelung besteht.

Vorstehende Ausnahmen gelten auch für Bürgschaften, sonstige Garantien oder Vermittlungen. - - Geschäfte nach Ziff. b) und c) sind auf Anfordern spezifiziert zu melden, die hierüber bestehenden Unterlagen vorzulegen.

2. Absatzstätten (das sind alle Ausschänke und Verkaufsstellen von Bier) nicht anzupachten (anzumieten) oder anzukaufen, hierfür keine Bürgschaften oder sonstige Garantien zu übernehmen,

folgende Fälle ausgenommen:

- a) Absatzstätten, die eine Vertragsbrauerei seit 1. Januar 1952 mit mehr als 80 % des Gesamtbezuges regelmäßig beliefert, dürfen von ihr angepachtet (gemietet) oder angekauft werden.
- b) Zerstörte oder zweckentfremdete Absatzstätten, die am 1. Januar 1954 noch nicht in Betrieb waren, dürfen von den früheren Lieferbrauereien, die bis zuletzt mehr als 60 % des Bierbezuges lieferten, angepachtet (gemietet) oder angekauft werden.
- c) Der Erwerb von Absatzstätten im Zwangsversteigerungsverfahren oder ihre Anpachtung im Zwangsverwaltungsverfahren ist zulässig, sofern die ankaufende oder anpachtende (mietende) Vertragsbrauerei die Absatzstätte seit dem 1. Januar 1952 mit mehr als 80 % des Gesamtbezuges regelmäßig beliefert oder aus einem Kundenverhältnis Beteiligte im Sinne des Zwangsversteigerungsgesetzes ist.

3. Lehnen in den Fällen 1c und 2b die Berechtigten die Finanzierung oder Anpachtung (Ankauf) ab oder erklären sie sich auf Anfrage nicht innerhalb 4 Wochen, dürfen alle Vertragsbrauereien im Rahmen der Ziff. 1b Darlehen geben.

4. Diese Vereinbarung gilt gleichermaßen für Abkommen oder Geschäfte mit gleichem wirtschaftlichen Zweck und darf durch Mißbrauch rechtlicher oder wirtschaftlicher Gestaltungsmöglichkeiten nicht umgangen werden, insbesondere auch nicht über Vertreter (auch selbständige Provisionsvertreter), Verleger, Be- und Vertriebs- sowie Grundstücksgesellschaften, Geldinstitute oder andere Dritte (Strohänner).

5. Handlungsfreiheit besteht

- a) bei Absatzstätten (d. s. Ausschänke oder Verkaufsstellen von Bier), die von Nichtvertragsbrauereien beliefert werden. Versuchen Nichtvertragsbrauereien bislang nicht belieferte Absatzstätten zu beliefern, so steht Handlungsfreiheit nur den diese Absatzstätten beliefernden Vertragsbrauereien zu.

Mitliefernde Vertragsbrauereien sind von der Übernahme des Anteils einer Nichtvertragsbrauerei oder von der Abwehr eines Versuches der Belieferung unverzüglich zu unterrichten. Der Weiterbezug ihrer bisherigen Anteile ist ausdrücklich zu gestatten, ihr Umfang ist auf Antrag festzustellen.

- b) bei Absatzstätten, die mit Bier von Vertragsbrauereien durch Großhandlungen (oder andere selbständige Dritte) beliefert werden dann, wenn der Großhändler (oder Dritte) einer Vertragsbrauerei einen Kunden (auch Teilkunden) durch vereinbarungswidrige Darlehens- (Inventar-) oder Anpachtungs- (Ankaufs-)Geschäfte wegnimmt oder wegzunehmen versucht, die hierdurch begünstigte Vertragsbrauerei von der geschädigten unterrichtet wird und nicht innerhalb von 10 Tagen Abhilfe schafft.

Die Handlungsfreiheit besteht zunächst nur zu Gunsten der durch das vereinbarungswidrige Verhalten betroffenen Vertragsbrauerei. Setzt der Großhändler (Dritte) sein Verhalten aber fort, sind alle Vertragsbrauereien ihm gegenüber handlungsfrei, sobald die wiederholte Wettbewerbshandlung festgestellt und allen Vertragsbrauereien mitgeteilt ist.

- c) bei neuen Absatzstätten dann, wenn Brauereien oder Großhändler, die dieser Vereinbarung nicht angehören, Leistungen anbieten, die den Vertragsbrauereien nach dieser Vereinbarung nicht gestattet sind. In diesen Fällen muß es sich um eine ernsthafte Darlehens- (Inventar-) oder Anpachtungs- (Ankaufs-)Konkurrenz handeln, d. h. grundsätzliche Bereitschaft hierzu und ein konkretes Verhandeln hierüber bestehen. Die Handlungsfreiheit darf nicht zur Umgehung der Vereinbarung mißbraucht werden. Soweit die Handlungsfreiheit in Anspruch genommen wird, ist ihre Voraussetzung auf Verlangen einer konkurrierenden Vertragsbrauerei nachzuweisen.
- d) unter den gleichen Voraussetzungen wie c) bei Wiedererrichtung einer Absatzstätte nach kriegsbedingtem oder durch Zweckentfremdung verursachtem Stilliegen, für die Vertragsbrauereien, welche die betreffende Absatzstätte bis zu ihrem Stilliegen

regelmäßig mindestens 3 Monate beliefert haben nach Abstimmung mit anderen früher mitliefernden Vertragsbrauereien,

für alle Vertragsbrauereien erst dann, wenn die vorgenannten früher liefernden Vertragsbrauereien eine Finanzierung oder Anpachtung (Ankauf) ablehnen oder sich auf Anfrage nicht innerhalb 4 Wochen erklären.

Jede Brauerei und jeder Großhändler, die dieser Vereinbarung nicht angehören, können ihr im Einverständnis der Vertragsbrauereien beitreten.

6. Zur Ermittlung von Anteilen und Feststellung von Lieferverhältnissen verpflichten sich die Vertragsbrauereien, die hierzu erforderlichen Lieferzahlen (monatlich getrennt) mitzuteilen. Lieferungen von Brauereien, die dieser Vereinbarung nicht angehören, sind nicht zu berücksichtigen.
7. Bei Verstoß gegen diese Vereinbarung verpflichten sich die Vertragsbrauereien:
 - a) der geschädigten Brauerei oder der Gemeinschaft der Vertragsbrauereien eine Konventionalstrafe zu zahlen bis zum Gegenwert (Bierpreis einschl. Biersteuer) eines Jahresbezuges des betreffenden Kunden;
 - b) außerdem der geschädigten Brauerei nach allgemeinen Rechtsgrundsätzen Schadensersatz zu leisten (d.h. die Lieferungen ganz oder teilweise einzustellen, bei Geldersatz mindestens 20 % des hl-Bierpreises der geschädigten Brauerei einschl. Biersteuer zu zahlen).
8. Vorstehende Vereinbarung gilt nur für Nordrhein-Westfalen, beginnt am 1. 4. 1956, dauert bis 31. 3. 1957 und verlängert sich jeweils um ein Jahr, wenn sie nicht drei Monate vor Ablauf durch eingeschriebenen Brief gekündigt wird.

Aus den gemäß Ziff. 5 der Vereinbarung vom 1. 11. 1951 vorbehaltenen und angemeldeten Zusagen können Rechte nur hergeleitet werden, falls noch Rechtsansprüche des Kunden bestehen und nachweisbar sind.
9. Streitfälle aus dieser Vereinbarung können außer vor den ordentlichen Gerichten auch im Schiedsgerichtsverfahren gemäß anliegendem Schiedsvertrag erledigt werden.

Schiedsgerichts-Vertrag zur Darlehens- und Anpachtungs- (Ankaufs-) Vereinbarung

Die in der Anlage aufgeführten Brauereien in Nordrhein-Westfalen schließen folgenden Schiedsvertrag:

1. Rechtsstreitigkeiten, die sich auf Grund der Vereinbarung ergeben, können wahlweise neben der ordentlichen Gerichtsbarkeit auch durch Schiedsgerichtsverfahren nach dem 10. Buch der Zivilprozeßordnung (§ 1025 ff) erledigt werden, falls die beteiligten Brauereien sich hierauf einigen.
2. Will eine Vertragsbrauerei einen Streitfall im Schiedsgerichtsverfahren entscheiden lassen, so ist der Antrag mit einer Sachdarstellung der anderen Brauerei durch Einschreiben mit Rückschein zur Stellungnahme innerhalb von vierzehn Tagen nach Eingang zuzuleiten mit dem Hinweis, daß Schweigen als Zustimmung gilt. Stimmt diese dem Antrag zu oder antwortet sie innerhalb der vorgenannten Frist nicht, so gilt das Schiedsgerichtsverfahren als angenommen. Der hierdurch zustandegekommene Schiedsvertrag schließt die ordentliche Gerichtsbarkeit aus.
3. Im Schiedsgerichtsverfahren entscheidet:
 - als 1. Instanz das Schiedsgericht durch Schiedsentscheid; als Berufungsinstanz das Oberschiedsgericht durch Schiedsspruch.

Das Schiedsgericht besteht aus zwei Brauereileitern als Beisitzer und einem zum Richteramt befähigten Juristen als Vorsitzenden;

das Oberschiedsgericht aus vier Brauereileitern als Beisitzer und einem zum Richteramt befähigten Juristen als Vorsitzenden.

Die Beisitzer werden von den Parteien benannt, dürfen aber an ihnen - auch mittelbar - nicht interessiert sein.

Die Vorsitzenden werden von dem Präsidenten der Oberlandesgerichte in Düsseldorf und Hamm benannt.
4. Beide Instanzen entscheiden auf Grund objektiver Feststellungen und - sofern nicht eine vergleichsweise Erledigung möglich ist - nach Ziffer 3 der Vereinbarung und nach den gesetzlichen Vorschriften.

5. Ist ein Schiedsgerichtsverfahren nach Ziff. 2 angenommen worden, wechseln die Schiedsparteien Klageschrift und Klagebeantwortung und benennen ihre Beisitzer. Die Durchführung des Verfahrens liegt beim Vorsitzenden nach den Vorschriften der ZPO.
6. Die Entscheidung des Schiedsgerichts erfolgt durch einen mit Tatbestand und Gründen versehenen Schiedsentscheid, der in der Urschrift durch die Mitglieder des Schiedsgerichts zu unterschreiben und den Parteien nach den Vorschriften der ZPO zuzustellen ist.

Der Schiedsentscheid gilt als angenommen, wenn nicht innerhalb vierzehn Tagen nach Zustellung Berufung beim Oberschiedsgericht eingelegt wird. Jeder Schiedsentscheid ist berufungsfähig.

7. Die Entscheidung über die Kosten richtet sich nach den Vorschriften der ZPO (§ 91 ff). Die Beisitzer erhalten als Gebühr je Sitzung einen Tagessatz von DM 20, -- und ihre Reisekosten. Der Vorsitzende erhält die Gebühren eines Anwalts. Außergerichtliche Kosten (einschl. Anwaltskosten) werden nur in zweiter Instanz erstattet. Vertretung durch Anwälte ist in jeder Instanz zulässig.

Im übrigen finden für die Durchführung der Verfahren die Bestimmungen des 10. Buches der ZPO Anwendung.

II. Regeln für den Wettbewerb in Nordrhein-Westfalen

1. A fonds perdu-Geldbeträge, die im Wettbewerb gegeben werden, sind als wettbewerbswidrige und verbotene Leistungen anzusehen. Hierunter fallen auch zinslose Darlehen.
2. Bierlieferungsverträge sind bei Nachweis ihres Bestehens zu respektieren. Sofern die Rechtsgültigkeit des Bierlieferungsvertrages bestritten wird, hat über diesen Streit das Schiedsgericht oder das ordentliche Gericht zu entscheiden.
3. Ein zeitlich früher abgeschlossener Bierlieferungsvertrag, in dem die Ausschließlichkeitsklausel enthalten ist, muß von einer Brauerei, die zeitlich später mit demselben Kunden einen Lieferungsvertrag abschließen will oder abgeschlossen hat, beachtet werden.
4. Die Gratislieferung von
 - a) Flaschenbier nach Abnahme einer bestimmten Menge im Flaschenbiergeschäft,
 - b) Faßbier nach Abnahme einer bestimmten hl-Zahl im Faßbiergeschäftist wettbewerbswidrig.
5. Zinsverbilligte Darlehen sind im allgemeinen solche, deren Zinssatz unter den jeweils handelsüblichen Zinsen liegt. Solche Darlehen sind wettbewerbswidrig. Als handelsüblich sind Zinsen zu bezeichnen, die mindestens mit 2 % über Landesbankdiskontsatz angesetzt sind.
6. Das Gewähren oder In-Aussicht-Stellen eines Skontoabzuges ist im Braugewerbe nicht üblich und deswegen unzulässig.
7. Die Überlassung von Reklamegegenständen geringen Wertes, die als solche durch eine dauerhafte und deutlich sichtbare Bezeichnung der reklamebetreibenden Firma gekennzeichnet sind, ist nicht unzulässig. Hierunter sind zum Beispiel zu verstehen:
 - a) Tropfenfänger,
 - b) Bierdeckel aus Pappe,
 - c) Wand-, Abreiß- und Umsteckkalender,
 - d) Reklameplakate aller Art,
 - e) Reklame-Aschenbecher,
 - f) ähnliche Reklamegegenstände geringen Wertes.

8. Der kostenlose An- und Abtransport von fremden Zelten sowie die Übernahme der Kosten hierfür durch Brauereien ist als nicht handelsüblich und darum als wettbewerbswidrig anzusehen.
9. Die Gestellung von Schankfässern über den Rahmen kurzfristeter Überlassung zu festlichen Zwecken hinaus ist nicht handelsüblich und daher wettbewerbswidrig.
10. Die unentgeltliche Überlassung von Kühlanlagen ist nicht handelsüblich und daher wettbewerbswidrig.
11. Es ist im Braugewerbe handelsüblich, Flaschen- und Kastenpfand zu berechnen und nach kaufmännischen Grundsätzen zu realisieren. Ein Verstoß hiergegen ist wettbewerbswidrig.
12. Preisunterbietungen im Wettbewerb, die von den sonstigen Preisen der unterbietenden Brauerei abweichen (sogenannte Preisdiskreminierung der Kundschaft), sind wettbewerbswidrig, wenn sie zum Zwecke der Werbung neuer Kunden erfolgen.
13. Es wird festgestellt, daß - mit Ausnahme des Anstrichs in den Hausfarben und der entsprechenden Beschriftung der Lieferbrauereien - es nicht handelsüblich und daher wettbewerbswidrig ist, daß Brauereien Fahrzeuge von Verlegern dadurch ausstatten, daß sie die Kosten für Aufbauten (feste Aufbauten, Transportdächer sowie Plane und Spriegel) für eine besondere Herrichtung des Fahrzeugs im übrigen übernehmen.
14. Die Anpreisung ... Bier, das Qualitätsbier des ... Landes, enthält eine unzulässige Alleinstellung und ist wettbewerbswidrig.
15. Eine Wettbewerbshandlung verliert den Charakter der Wettbewerbswidrigkeit nicht dadurch, daß sie vor Erstattung eines Gutachtens des Gutachterausschusses vorgenommen ist. Der Gutachterausschuß empfiehlt jedoch, solche vorher begangenen Wettbewerbsverstöße nicht geltend zu machen.
16. Der Abschluß eines Bier-Großhandelsvertrages mit einem Gastwirt ist dann wettbewerbswidrig, wenn der Gastwirt sich nicht als Großhändler betätigt und somit lediglich den Bierbedarf seiner eigenen Gaststätte bezieht.

17. Es ist im Braugewerbe nicht handelsüblich, daß Brauereien oder für ihre Rechnung dritte Personen, z.B. anlässlich von Festzügen, Karnevalsveranstaltungen oder Volksfesten, der Allgemeinheit
 - a) kostenlos Bier abgeben
oder
 - b) kostenlos zum Verzehr in beliebigen Gaststätten Biermarken verteilen
oder
 - c) die Kundschaft auch anderer Brauereien auffordern, solche Biermarken einzulösen und sich den Gegenwert durch Lieferung von doppelten Biermengen von der auf den Biermarken bezeichneten Brauerei ersetzen zu lassen.
18. Bei Abwehr der Außenseiter-Konkurrenz ist die Abweichung von den in Wettbewerbsgutachten ermittelten Handelsbräuchen nicht schlechthin unzulässig. Die Abwehrmaßnahme ist nur dann unzulässig, wenn sie nach den allgemeinen, außerhalb der Darlehnsstop-Vereinbarung liegenden Bestimmungen unlauter ist.
19. Konsumgenossenschaften (-anstalten und -vereine) sind Kunden im Sinne des Wettbewerbs.
Einkaufsgenossenschaften wie Rewe, Edeka u. ä. Unternehmen sind dann als Kunden im Sinne des Wettbewerbs anzusehen, wenn sie entweder unmittelbar und auf eigene Rechnung beliefert werden oder zentral bestellen und abnehmen.
20. Ob die kostenlose Anbringung einer Neon-Leuchtreklame mit Name der Gaststätte und Brauereiwerbung eine wettbewerbswidrige Maßnahme ist, kann nur unter Würdigung aller Umstände des Einzelfalles beurteilt werden.
21. Ob Einladungen zu Jagdveranstaltungen - auch wenn sie fremden Allein- und Teilkunden übermittelt werden - und die kostenlose Überlassung von Wildbret wettbewerbswidrige Handlungen darstellen, muß der Entscheidung des Einzelfalles überlassen werden.
22. Es ist im Braugewerbe nicht üblich, den Verlegern oder ihren Fahrern als Freitrunck Bier zu gewähren, es sei denn, daß es sich um eine zum Verzehr an Ort und Stelle bestimmte kleinere Menge handelt.

23. Ob ein Schreiben, das die verpflichtende Erklärung eines Kunden enthält, er werde die Bierlieferungen einer bestimmten Brauerei übertragen, unabhängig von der Gegenleistung im einzelnen Respektierung verlangt, kann nur auf Grund des Einzelfalles beurteilt werden.
24. a) Weihnachts- und Neujahrsgeschenke und dergleichen fallen unter den Begriff der Zugabeverordnung.
b) Sie sind nach dieser Verordnung nur zulässig, wenn es sich um "geringwertige Kleinigkeiten" handelt.
c) Ob eine Zugabe eine geringwertige Kleinigkeit ist, entscheidet sich nicht nach einer bestimmten Wertgrenze, sondern allein nach den gesamten Umständen des Einzelfalles.
25. Freibierspenden an Kunden im Umfang bis zu 1 hl sind allgemein dann als branche-üblich anzusehen, wenn sie aus besonders markanten Anlässen im geschäftlichen oder privaten Leben des Kunden gegeben werden.
26. Gegenüber einem aus ausschließlichem Bierlieferungsvertrag Berechtigten kann für eine andere Brauerei durch offenen Verstoß des Kunden gegen seine Bierbezugspflicht ein Mitlieferungsrecht nur dann begründet werden, wenn der ausschließlich Lieferungsberechtigte gegen die Mitlieferung nichts Ernsthaftes unternimmt.
27. Die Anmietung von Reklameflächen an Häusern, in denen sich von anderen Brauereien belieferte Absatzstätten befinden, ist in aller Regel mit den Grundsätzen eines lauterer Wettbewerbs nicht vereinbar.
28. Stromkosten für Leuchtmittelwerbung an Absatzstätten aller Art sind Werbeausgaben des Absatzstätteninhabers und dürfen deshalb von Brauereien grundsätzlich nicht übernommen werden.
29. Das kostenlose Reinigen der Bierleitungen der Absatzstätten durch Brauereien bzw. die Übernahme der Kosten hierfür ist in aller Regel nicht handelsüblich.
30. Wird durch Verlegung einer ganzen Ortschaft eine Absatzstätte aufgelöst und im neuen Ort wiedererrichtet, so wird sie durch die Wiedererrichtung dann nicht zu einer neuen Absatzstätte im Sinne der Ziffer 1 b der Vereinbarung vom 1. 4. 1955,

wenn sie von allen oder einigen der Miteigentümer der früheren Absatzstätte weiterbetrieben wird.

31. Wird im Wettbewerb gegen eine Eisregelung verstoßen, so ist dieser Verstoß dann wettbewerbswidrig, wenn die der Regelung zugrunde liegenden Handelsbräuche außer acht gelassen werden.
32. Darlehenszusagen, die gemäß der Darlehensvereinbarung fristgemäß angemeldet sind, sind abtretbar, sofern ein rechtsverbindlicher Darlehensvorvertrag nachweisbar geschlossen worden ist, der zumindest Bestimmungen über die Höhe, Verzinsung und Rückzahlung des Darlehens sowie über die Bierbezugsverpflichtung enthalten muß.
33. Darlehenszusagen, die gemäß der Darlehens-Vereinbarung fristgemäß angemeldet wurden, sind weder ganz noch teilweise abtretbar.
34. Präsente, die der Kundschaft zu Weihnachts- oder Neujahrsfesten überreicht werden, sind allgemein dann als zulässig und handelsüblich zu bezeichnen, wenn sie wertmäßig einen Geldbetrag bis zu DM 5,-- nicht überschreiten. Bei anderen Anlässen kommt es auf die Umstände des Einzelfalles an.

III. Regeln für den Wettbewerb der niedersächsischen Brauereien

§ 1 Allgemeines

Im geschäftlichen Verkehr sind die Grundsätze des lautereren Wettbewerbs einzuhalten und Handlungen, die den guten kaufmännischen Sitten widersprechen, zu unterlassen. Den Maßstab für den Begriff der guten kaufmännischen Sitten bildet die gesunde Verkehrsanschauung in Verbindung mit der Berufsauffassung des billig und gerecht denkenden Braugewerbes.

§ 2 Bier- und Getränkelieferungsverträge

1. Verleitung zum Vertragsbruch und sittenwidrige Ausnutzung fremden Vertragsbruchs sind unzulässig.

2. Bier- und Getränkelieferungsverträge sind zu respektieren. Anschlußverträge anderer Brauereien dürfen frühestens 6 Monate vor Ablauf eines noch laufenden Vertrages abgeschlossen werden.

Hat eine Brauerei dennoch einen Bier- und Getränkelieferungsvertrag, der die Erfüllung eines früher abgeschlossenen Vertrages einer anderen Brauerei beeinträchtigt, so hat sie auf eine Lösung oder Änderung ihres Vertrages hinzuwirken.

Das Respektierungsgebot gilt nicht, wenn die ordentlichen Gerichte oder Schiedsinstanzen die Nichtigkeit des früher abgeschlossenen Vertrages festgestellt haben, dieser nach § 18 GWB für unwirksam erklärt worden ist oder nach sorgfältiger rechtlicher Prüfung von seiner Nichtigkeit ohne weiteres ausgegangen werden kann.

§ 3 Preisklarheit und Preiswahrheit

1. Die Verkaufspreise sollen den Grundsätzen der Preiswahrheit und Preisklarheit entsprechen. Sie müssen so bemessen sein, daß die Verpflichtungen der Unternehmen gegenüber den Gläubigern, der Belegschaft des Betriebes und dem Staat nicht böswillig verletzt werden.

2. Die Rechnungserteilung darf nicht über den wahren Preis irreführen. Eine unzulässige Preisverschleierung liegt insbesondere vor, wenn bei der tatsächlichen Preisforderung bewußt von den in den Verkaufsbelegen (Lieferschein, Rechnung) je Liefereinheit ausgewiesenen Verkaufspreisen abgewichen wird oder die

Leistungen ohne die im Geschäftsverkehr üblichen Belege erfolgen.

3. Es ist unzulässig, planmäßig Brauerei-Erzeugnisse unter Selbstkosten anzubieten oder zu verkaufen, wenn diese Preisgestaltung nach Beweggrund, Mittel und Zweck als sittenwidrig angesehen werden muß. Die Selbstkosten umfassen die gesamten Kosten für Herstellung, Abfüllung, Vertrieb und Verwaltung sowie die gesetzlichen Abgaben (u. a. Biersteuer, Umsatzsteuer).
4. Es ist unzulässig, die Angebote bestimmter Mitbewerber planmäßig und rücksichtslos zu unterbieten mit der Absicht, sie vom Markt zu verdrängen oder dem Unterbieter eine monopolartige Stellung zu verschaffen, sofern dieses Vorgehen nach Beweggrund, Mittel und Zweck als sittenwidrig angesehen werden muß.

§ 4 Unzulässige Nebenleistungen

Im Interesse der Förderung des Leistungswettbewerbs sind nachstehende Nebenleistungen unzulässig:

1. der Verzicht, berechnetes Flaschen- und Kastenpfand nach kaufmännischen Grundsätzen zu realisieren;
2. verlorene Geldleistungen sowie Gewährung von Darlehen, die zinslos oder zu einem Zinssatz an Kunden gegeben werden, der die üblichen Bankzinsen wesentlich unterschreitet;
3. die unentgeltliche Gestellung von Büfett-Kühlanlagen sowie Eis an Abnehmer;
4. die unentgeltliche Gestellung von Fernsehgeräten oder ähnlichen, der Unterhaltung der Gäste dienenden Geräten;
5. die unentgeltliche Gestellung von Zelten, Tischen, Stühlen sowie deren An- bzw. Abtransport aus Anlaß besonderer Festlichkeiten;
6. Finanzierung von Reisen der Kunden, auch zum Besuch der Brauerei.

Die Zulässigkeit oder Unzulässigkeit anderer Nebenleistungen richtet sich nach der Zugabe-VO.

§ 5 Unzulässige Werbung

1. Bei der Werbung dürfen keine unrichtigen oder irreführenden Angaben über eigene geschäftliche Verhältnisse, insbesondere über die Beschaffenheit und Herkunft der Ware sowie über Menge, Arten und Sorten der Waren gemacht werden.

2. Zwecks Förderung einer lauterer Werbung sind zu unterlassen:

- a) herabsetzende oder kreditschädigende Äußerungen über bestimmte Mitbewerber oder deren Leistungen;
- b) die Verwendung fremdsprachiger Etiketten für Bier, das im Inland hergestellt und vertrieben wird;
- c) ein Hinweis auf vorhandenen Bierexport, es sei denn, die Brauerei exportiert regelmäßig;
- d) die Bezeichnung eines Bieres als hochprozentig;
- e) Bezeichnungen wie "stark", "extra stark", "besonders stark eingebraut" und ähnliche, ausgenommen für Starkbiere;
- f) unrichtige Alleinstellungsbehauptungen in der Werbung (z.B. "das Markenbier des Westens", "das Spitzenerzeugnis des Landes"), wenn dies nicht erweislich wahr ist;
- g) Bezeichnung eines Bieres als "von Weltruf" o. ä., ausgenommen für Biere solcher Brauereien, die in andere Erdteile exportieren;
- h) die Werbung mit dem Hinweis auf Auszeichnungen (bei Preiswettbewerben, Ausstellungen usw.), es sei denn, es handelt sich um Auszeichnungen, die von Einrichtungen verliehen oder bei Ausstellungen erworben sind, die im geschäftlichen Verkehr oder bei der Allgemeinheit allgemeine Anerkennung genießen, sofern die Art der Werbung und die Bedeutung der Auszeichnung übereinstimmen und darüber keine Irrtümer hervorgerufen werden;
- i) der Hinweis auf die Verwendung von Traubenzucker bei Malzbier ohne ziffermäßige Angabe des Traubenzuckeranteils, ausgenommen der Fall, daß der Anteil des Traubenzuckers mehr als 50 % der insgesamt verwendeten Zuckermenge beträgt.

3. Die vom Verband der Brauereien von Niedersachsen e.V. ausgearbeiteten Richtlinien für Bierbezeichnungen sollen zu gegebener Zeit als Ergänzung dieser "Wettbewerbsregeln" zur Eintragung bei der Kartellbehörde angemeldet werden.

§ 6 Zulässige Werbung

1. Geschenke sind unabhängig von dem zugrunde liegenden Anlaß zulässig, sofern sie den Umständen nach, insbesondere nach Art und Wert, nicht geeignet sind,

den damit bedachten Kunden in seinen geschäftlichen Entschlüssen unsachlich zu beeinflussen.

2. Zulässig sind hiernach in der Regel

a) Werbegeschänke von geringem Wert, die mit einer dauerhaften Werbung versehen sind, beispielsweise

1. Wand-, Abreiß- und Umsteckkalender,

2. Reklame-Aschenbecher,

3. Kugelschreiber,

4. Taschenmesser,

5. Brieftaschen und Geldbörsen,

b) die unentgeltliche Abgabe von Bier an Kunden aus Anlaß von Familienfeiern, Jubiläen, Neu- oder Wiedereröffnungen oder Weihnachts- oder Neujahrs-geschenke in maßvollen Grenzen.

§ 7 Auslegungsgrundsätze

Diese "Wettbewerbsregeln" sind nicht nur nach ihrem Wortlaut, sondern auch nach ihrem gesamten Sinn und Zweck auszulegen.

IV. Regeln für den Wettbewerb in Hessen

1. Bierlieferungsverträge sind unter den in der Begründung näher angegebenen Voraussetzungen grundsätzlich zu respektieren.
2. A fonds perdu-Leistungen, die im Wettbewerb gewährt werden, um einem Konkurrenten eine Absatzstätte abspenstig zu machen, sind als wettbewerbswidrige und verbotene Leistungen anzusehen.
3. Die Gratislieferung von Flaschenbier nach Abnahme einer bestimmten Menge im Flaschenbiergeschäft und von Faßbier nach Abnahme einer bestimmten Hektoliterzahl im Faßbiergeschäft ist wettbewerbswidrig.
4. Die Gewährung von Skonti durch die Brauereien ist unzulässig.
5. Die Gestellung von elektrischen Kühlanlagen an Gaststätten und andere Absatzstätten ohne entsprechendes Entgelt ist nicht handelsüblich und muß als wettbewerbswidrig angesehen werden.
6. Preisunterbietungen im Wettbewerb, die von den sonstigen Preisen der unterbietenden Brauerei abweichen (sogenannte Preisdiskriminierung der Kundschaft), sind grundsätzlich wettbewerbswidrig.
7. Die Gestellung von Fernsehapparaten durch Brauereien oder Biergroßhändler - sei es leihweise oder geschenkweise - ist wettbewerbswidrig und verboten.

Lebenslauf

Am 11. 5. 1941 wurde ich als erster Sohn des damaligen Amtsgerichtsrates Dr. Hans Schuberth und seiner Frau Irmengard geb. Schwab, in München geboren. Im Dezember 1943 verzogen wir nach Osterreinen bei Füssen/Allg. An der Oberrealschule Füssen legte ich im Sommer 1960 das Abitur ab und begann im Wintersemester 1960/61 mit dem Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität München. Im Laufe meines Studiums wechselte ich nach Hamburg und dann nach Nürnberg, wo ich im Frühjahr 1965 das Examen des Diplom-Kaufmanns ablegte. Nach kurzer Tätigkeit in einer Brauerei setzte ich im Herbst 1965 mein Studium an der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität Erlangen - Nürnberg zum Zwecke der Promotion fort. Seit vier Jahren bin ich verheiratet.



